

12'2019

Результаты исследования  
«Анализ особенностей  
использования доменов «.RU»  
и соответствия доменного  
имени профилю работы  
компании»



## Оглавление

Введение .....	3
1. Регистрация домена на физическое или юридическое лицо .....	4
2. Направление деятельности компании-пользователя домена.....	5
3. Типы сайтов в доменной зоне .RU .....	10
4. Семантический анализ использования доменного имени.....	12
4.1. Соответствие доменного имени названию компании-пользователя или ФИО физического лица.....	12
4.2. Отражение в доменном имени пользователя (владельца) домена его рода деятельности.....	16
4.3. Использование в доменном имени прямого смысла слов или различных возможностей языка и словесных форм .....	20
5. Использование возможности размещения на сайте встроенных модулей.....	24
5.1. Каталог товаров, услуг .....	26
5.2. Лента новостей.....	30
5.3. Чат или чат-бот .....	33
5.4. Модули обратной связи.....	36
5.5. Форум.....	39
6. Использование возможности размещения на сайте современных модулей удержания клиента .....	42
6.1. Калькуляторы расчета, формы планирования .....	43
6.2. Другое .....	46
7. Использование ресурсов интеграции сайтов доменной зоны .RU.....	47
7.1. Использование встроенной системы приема платежей .....	48
7.2. Использование рекламных модулей сторонних сайтов.....	50
7.3. Создание корпоративной почты с доменным именем .....	52
7.4. Использование опции переключения языков сайта .....	54
7.5. Использование интеграции домена с социальными сетями.....	56
7.6. Анализ интеграции с социальными сетями.....	58

## Введение

Кабинетное исследование методом структурированного наблюдения сайтов и анализа использования доменных имен .RU проведено в период с 13 по 26 декабря 2019 года.

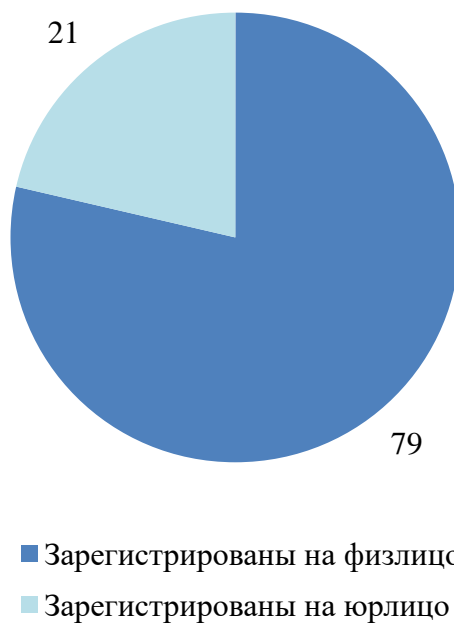
Целью проведения исследования является определение типовых потребительских сценариев использования доменных имен в домене .RU.

Для исследования из общей базы зарегистрированных на 1 ноября 2019 года уникальных доменных имен .RU второго уровня методом случайного отбора сформирована выборка из 8800 единиц для наблюдения. Также был разработан специальный инструментарий - лист наблюдения (чек-лист) и соответствующая ему форма ввода результатов наблюдения в формате Excel, отобранные и подготовлены к работе путем проведения специального инструктажа наблюдатели – «аудиторы», проведен пилотаж 50 доменов для коррекции чек-листа и алгоритма работы наблюдателей.

По окончании наблюдения полученные данные были обработаны статистически и представлены в виде обобщенных результатов наблюдения в настоящем аналитическом отчете.

## 1. Регистрация домена на физическое или юридическое лицо

*Диаграмма 1. Распределение доменов по факту регистрации на юридическое или физическое лицо, % от всех (N= 8800)*



Как показал анализ доменов, 79% зарегистрированы изначально на физическое лицо, а лишь 21% на юридическое лицо.

## 2. Направление деятельности компании-пользователя домена

Диаграмма 2. Распределение доменов по направлению деятельности пользователя, % от всех (N= 8800)



В ходе исследования исследуемая выборка доменов была классифицирована по роду деятельности их пользователей (владельцев) в сопоставлении с буквенным кодом ОКВЭД, т.е. они были распределены по 21 группам с присвоением литеры от А до U.

Анализ выявил **флагманов Рунета** – 4 сферы деятельности, которые занимают суммарно 55% доменного пространства.

- ✚ Наибольшее число пользователей (владельцев) доменов .RU являются представителями сферы G. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (24%).
- ✚ Вторым по степени распространенности «держателем» доменов выступает сфера J. Деятельность в области информации и связи (13%).
- ✚ Третье место фактически делят сферы R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений и M. Деятельность профессиональная, научная и техническая (9% и 8% всех доменов приходится на эти две сферы соответственно).

На значимое место в Рунете также претендует подгруппа из **6 сфер со средним уровнем распространенности доменов** – суммарно они занимают 23% доменного пространства .RU. Каждая из них имеет примерно одинаковый «вес», занимая по 3-5% доменных имен.

- ✚ Это такие сферы, как F. Строительство (5%), С. Обрабатывающие производства, Р. Образование и S. Предоставление прочих видов услуг (по 4% соответственно), а также N. Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги и Q. Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг (по 3%).

Таким образом, пользователи лишь 10 из 21 видов деятельности по ОКВЭД занимают по сути 3/4 доменной зоны .RU.

Отметим, что 12% сайтов здесь в доменной зоне .RU, попавших в выборку, не позволяют определить сферу деятельности, для которой был зарегистрирован домен, как и многие другие показатели, по которым велось наблюдение. К ним отнесены сайты, которые при открытии:

- не содержат никакой информации (пустые), или она представляет собой несвязный контент (набор текста, картинок или динамических вставок, заполняющих модули), текст, не раскрывающий деятельность (название чего-либо без уточнения);
- демонстрируют на экране запись о продаже домена, истечении срока регистрации, блокировке сайта;
- не активируются, не открываются, провайдер блокирует доступ к данному сайту;
- содержат информацию только на иностранных языках;
- не предоставляют информацию о своем предназначении без специальной регистрации или отправки уведомления;

- содержат только переадресацию.

Примечание. Сайты с контентом, нарушающим законодательство РФ («для взрослых», с азартными играми и пр.), которые открылись беспрепятственно, были отнесены к категории S. Предоставление прочих видов услуг. Однако по этическим соображениям целенаправленному анализу не подвергались.

Доля отметок «показатель не определяется» в разных разделах анализа незначительно варьируется в зависимости от внешнего вида первой страницы прокрутки сайта.

Диаграмма 3. Перекрестный анализ доменов по роду деятельности и факту регистрации на юридическое или физическое лицо, % от всех (N= 8800)





Соотношение количества регистраций доменов .RU на юридическое и физическое лицо в разных сферах деятельности пользователей (владельцев) доменов неравномерное.

В самых распространенных сферах деятельности, которые в совокупности заполняют собой большую часть Рунета, преобладает регистрация доменов на физическое лицо.

Так, если дополнительно вычислить пропорции, то доля регистраций на юридическое и физическое лицо в **4 флагманских сферах Рунета** будет примерно в соотношении 1:4.

- ✚ Например, в сфере G. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов доля регистраций на юридическое лицо составляет примерно 21%.
- ✚ В сфере J. Деятельность в области информации и связи – 17% регистраций на юридические лица.
- ✚ В сфере R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений – 16%.
- ✚ А в сфере M. Деятельность профессиональная, научная и техническая – 22%.

В подгруппе из **6 сфер со средним уровнем распространенности доменов** общая доля регистрации на юридические лица заметно выше.

- ✚ Так, примерно каждый третий домен зарегистрирован на юридическое лицо в сферах C. Обработывающие производства имеет (около 36%) и N. Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги (около 33%).
- ✚ Чуть меньше регистраций доменов на юрлица – примерно каждый четвертый домен – демонстрируют сферы P. Образование (29%), Q. Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг (27%), и F. Строительство (23%).
- ✚ Лишь в сфере S. Предоставление прочих видов услуг процент регистраций на юридическое лицо остается довольно низким – на уровне 10%.

Наибольшее преобладание регистраций доменов на юридическое лицо демонстрируют сферы, каждая из которых занимает **сравнительное небольшое пространство в Рунете** – в пределах 1%.

- ✚ Например, O. Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение – 60% всех регистраций приходится на юридические лица.
- ✚ B. Добыча полезных ископаемых – 50%.
- ✚ U. Деятельность экстерриториальных организаций и органов – 50%.
- ✚ D. Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха – 44%.
- ✚ E. Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений – 38%.

### 3. Типы сайтов в доменной зоне .RU

Диаграмма 4. Распределение доменов по типам сайтов пользователей, % от всех (N= 8800)



Исследование показало, что наибольшая доля доменных имен относятся к сайтам типа сайт-бизнес (39%)<sup>1</sup>. Например: <http://honda-sun.ru> – Хонда-сан (запчасти и сервис автомобилей Хонда).

Второй по распространенности в Рунете тип сайтов – информационный сайт, радио-, кинопортал<sup>2</sup> (16%). Например: <http://pravdapskov.ru> – Псковская Правда (онлайн газета); <http://turizminfo.ru> – Turizminfo (информационный сайт для путешественников).

Сайты типа лендинг-пейдж<sup>3</sup>, нацеленные на сбор контактных данных аудитории, охватывают примерно 12% доменных имен Рунета. Например: <http://ckkbiolife.ru> – Биолойф центр контроля качества лекарственных средств и медицинских изделий.

Интернет-магазины<sup>4</sup> встречаются примерно в каждом десятом случае среди сайтов Рунета (9%). Например: <http://tea-lili.ru/> - Интернет-магазин вкусного чая «Лилия».

Сайт-визитка встречается в 6% случаев знакомства с сайтами домена .RU<sup>5</sup>. Например: <http://tandyrdjan.ru/> - Тандыр Джан, мы работаем круглосуточно.

Таким образом лишь 5 типов сайтов охватывают примерно 80% пространства Рунета, на остальные типы сайтов<sup>6</sup> приходится только 1/5 его часть.

---

<sup>1</sup> Сайт-бизнес – это сайт, преследующий целью своей продажи. Одна из самых многочисленных категорий в интернете. Имеет многостраничную структуру. Может иметь каталог товаров. Вверху есть названия страниц. Как правило, это «о компании», «наши услуги/товары», «цены», «отзывы», «контакты», «продукция», «вакансии» и т.д.

<sup>2</sup> Информационный сайт – это сайт, посвященный какой-то определенной тематике, например, новостные сайты, педагогические и т.д. Представлены статьи по данной теме, новости, методики, мнение экспертов, советы и прочее. Продажи могут быть, но не являются основой сайта.

<sup>3</sup> Как правило, одностраничный сайт (может быть и длинным, включать каталог товаров), основной задачей лейдинг-пейдж является сбор контактных данных целевой аудитории. Ключевые слова «заполните заявку», «заказать», «заказать со скидкой», «рассчитать стоимость». При нажатии этих кнопок появляется окно с формой для заполнения контактных данных.

<sup>4</sup> Интернет-магазин отличается от сайта-бизнеса наличием большого каталога товаров с ценами.

<sup>5</sup> Визитка – сайт, состоящий из одной страницы для размещения информации о компании. Основная задача – коротко рассказать о компании.

<sup>6</sup> Форум – сайт для общения по разным вопросам, могут быть общими или узкоспециализированными. Сайт – справочник представляет собой агрегатор каких-либо товаров, услуг, компаний, ссылок на другие сайты, сгруппированных по теме. Авторский блог – сайт с указанием конкретного автора, где он делится своими мыслями, идеями (по сути, он-лайн дневник), как правило, существует какая-то хроника (необязательно). Доска объявлений – агрегатор различных объявлений. Файлообменник – сервис для закидывания файлов и предоставления их в компактном виде ссылки. Сайт-сервис – это сайт, который выполняет определенные функции, например, помогает искать авиабилеты и недвижимость, подобрать банк для кредита, сайт не принадлежит какой-то одной компании, он объединяет предложения от разных компаний, но с какой-то одной целью.

## 4. Семантический анализ использования доменного имени

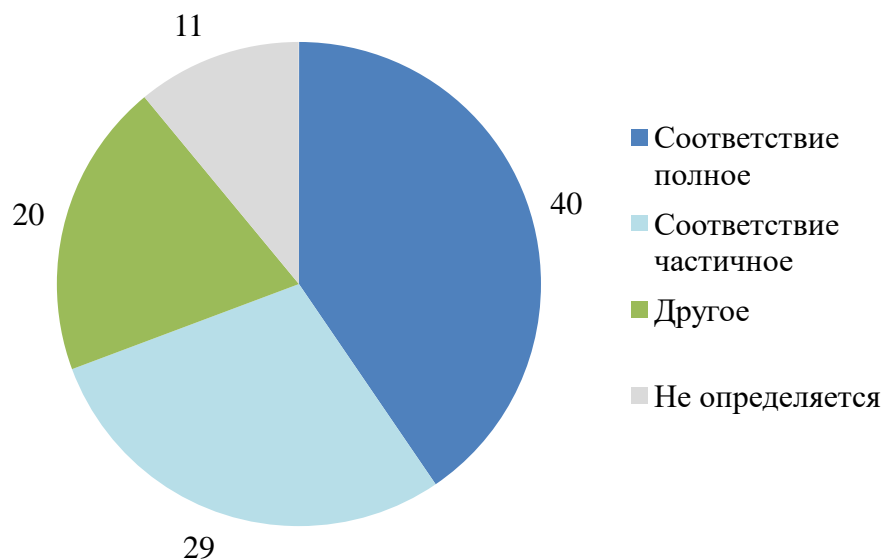
Приступая к семантическому анализу доменных имен, следует отметить, что он основан на восприятии. Это принуждает согласиться с высокой долей субъективизма в оценке того или иного домена, учитывая богатство языка, как русского, так и английского. Для пользователей (владельцев) доменов и соискателей в сети семантическая нагрузка, которой наделено доменное имя, может иметь разную значимость, разное прочтение, создавать разные по смыслу ассоциативные связи.

Тем не менее, данный вид анализа представляется интересным как характеристика потенциальных возможностей использования доменных имен.

Глубина анализа при наблюдении была задана, руководствуясь принципом познавательной эвристичности в сочетании с разумностью.

### 4.1. Соответствие доменного имени названию компании-пользователя или ФИО физического лица

Диаграмма 5. Распределение доменов по соответствию доменного имени названию пользователя, % от всех (N= 8800)



Примерно 40% доменных имен .RU соответствуют названию компании-пользователя или имени физического лица, которому посвящен Интернет-ресурс.

К этой группе, в частности, отнесены домены, в которых:

- доменное имя воспроизводит название бизнеса (ФИО владельца или его инициалы) полностью: <http://perminovs.ru> – Сергей Перминов (бизнес-консультант); <http://osb-mebel.ru> – ОСБ мебель (мебель из ОСБ); <http://klimat-decor.ru> – Климат Декор; <http://recfm.ru/> - RECFM (Включи рекламу на радио);

- графические знаки, знаки препинания, предлоги в названии предприятия заменены буквенными аналогами: <http://remontl.ru/> - Ремонт!;  
<http://personaldvas.ru> – Персонал для Вас;
- упоминается точное название или имя физлица, дополненное цифровыми символами, предположительно из-за занятости аналогичных доменных имен: <http://95sbis.ru/> - СБИС (Электронная отчетность и документооборот, установка бесплатно, Санкт-Петербург).
- Имя домена является англоязычным аналогом названия компании на русском языке (где это очевидно<sup>7</sup>): <http://smartnotebook.ru/> - Умный блокнот;
- и т.п.

Еще 29% доменных имен демонстрируют частично соответствие названию пользователя. Например:

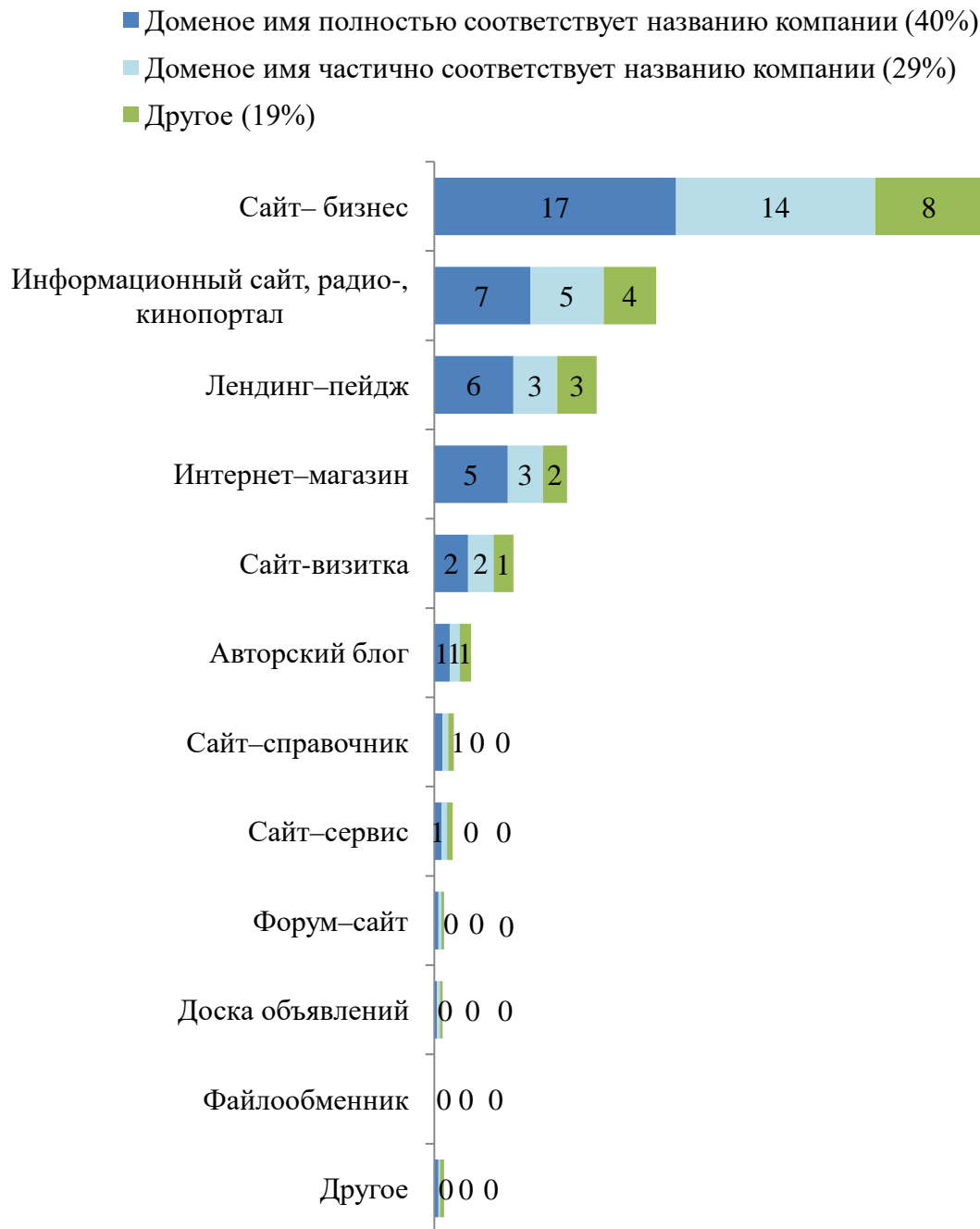
- в доменном имени есть значимая содержательная часть из полного наименования компании: <http://navesi-kotli.ru/> - Навесы из Ростова-на-Дону (Монтаж блочных котельных и тепловых пунктов); <http://odezhdaoptom05.ru/> – Мир кофт – Интернет-магазин одежды оптом; <http://kraspalomnik.ru> - Паломнический центр "Святитель Николай" в г.Красноярске;
- имя домена содержит не всегда очевидную аббревиатуру или фрагмент, отсылающий к названию компании: <http://pfkfasad.ru> – Первая фасадная компания; <http://bmpz.ru> – Белоярский мацтопропиточный завод; <http://medex-int.ru> – Медэкспресс интернешнл;
- имя домена имеет элементы-синонимы (точные или не точные) названия Интернет-ресурса: <http://zhaloba-pskov.ru> – Отзывы Пскова (отзывы о компаниях и товарах);
- и т.п.

Примерно 20% доменных имен не имеют ничего общего с названием компании или ФИО физического лица, которому посвящен ресурс. Например: <http://aloha-hawaii.ru/> - Авиабаза (Энциклопедия авиации); <http://stfarm.ru> – Гостевой дом «Земляничная поляна»; <http://up35.ru> - Уполномоченный по правам человека в Вологодской области Олег Димони; <http://santehrostov61.ru> – ИП Кочетков М.Е.; <http://hotzn.ru/> - Центр по развитию цинка (Горячее цинкование) и др.

---

<sup>7</sup> Целенаправленный анализ на соответствие англоязычным аналогам не проводился.

Диаграмма 6. Перекрестный анализ типа сайта и соответствия доменов названию компании, % от всех (N= 8800)



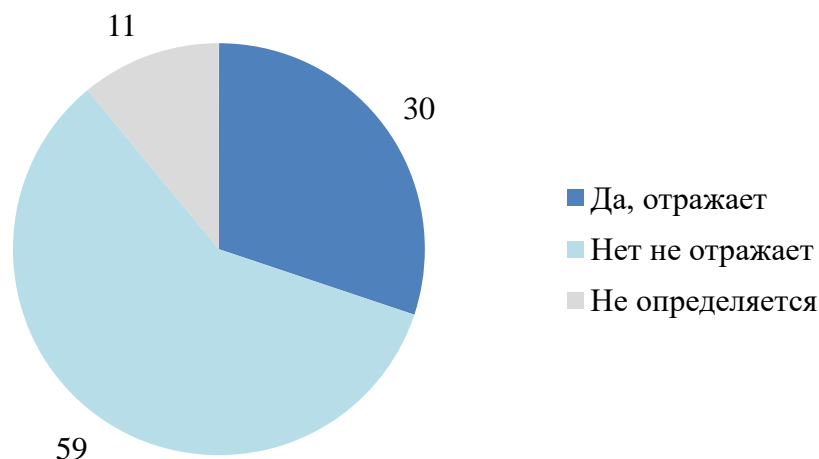
Соотношение количества доменных имен, соответствующих названию пользователя (владельца) и не соответствующих ему, в разных типах сайтов неравномерное.

Так, если дополнительно вычислить пропорции, то в самых распространенных типах сайтов, которые в совокупности заполняют собой большую часть Рунета, на общем фоне повышена доля полного или частичного соответствия доменного имени названию компании.

- ✚ Самое высокое соотношение полного соответствия доменного имени названию компании прослеживается у **Интернет-магазинов** и составляет 55%, частичное соответствие – 27% (менее среднего показателя по всем доменам).
- ✚ Второе место занимают сайты типа **лендинг-пейдж** по соотношению полного соответствия доменного имени названию компании 49%; доля частичного соответствия также понижена на общем фоне – 27% (менее среднего показателя по всем доменам).
- ✚ В самом многочисленном типе сайтов – **сайт-бизнес** доля полного соответствия доменного имени названию компании составляет 44%, а частичного соответствия доменного имени – 36%.
- ✚ Аналогична картина у **информационных сайтов** – 43% доменных имен соответствуют названию полностью, 33% доменных имен соответствуют частично.
- ✚ **Сайт-визитка** демонстрируют соотношение 43% и 32% (соответствие полное и соответствие частичное).

#### 4.2. Отражение в доменном имени пользователя (владельца) домена его рода деятельности

Диаграмма 7. Распределение доменов по соответствию доменного имени роду деятельности пользователя, % от всех (N= 8800)



Исследование показало, что лишь **30%** доменных имен содержат **прямую отсылку к роду деятельности пользователя (владельца) домена**, более или менее очевидную.

Например, вполне очевидные отсылки: <http://virage-kolesa.ru> – Вираж, продажа автошин, колесных дисков, аксессуаров; <http://holod-masters.ru> – Ремонт холодильников; <http://syzo.ru> – Сайт и форум для зеков и сокамерников; <http://gsmamobilecongress.ru> – Выставка Mobile World Congress 2019 и т.п.

Пример менее очевидных, но угадываемых отсылок: <http://vshram.ru> – Храм всех святых в ЖК "Новоснигервский"; <http://mishkikzn.ru> – Мир-Мишек (плюшевые медведи с доставкой); <http://focable.ru> – Hyper Fiber Optic Cable (Полный спектр продукции для построения СКС) и т.п.

При этом более половины доменных имен – **59%** – никак **не отражают род деятельности** его пользователя.

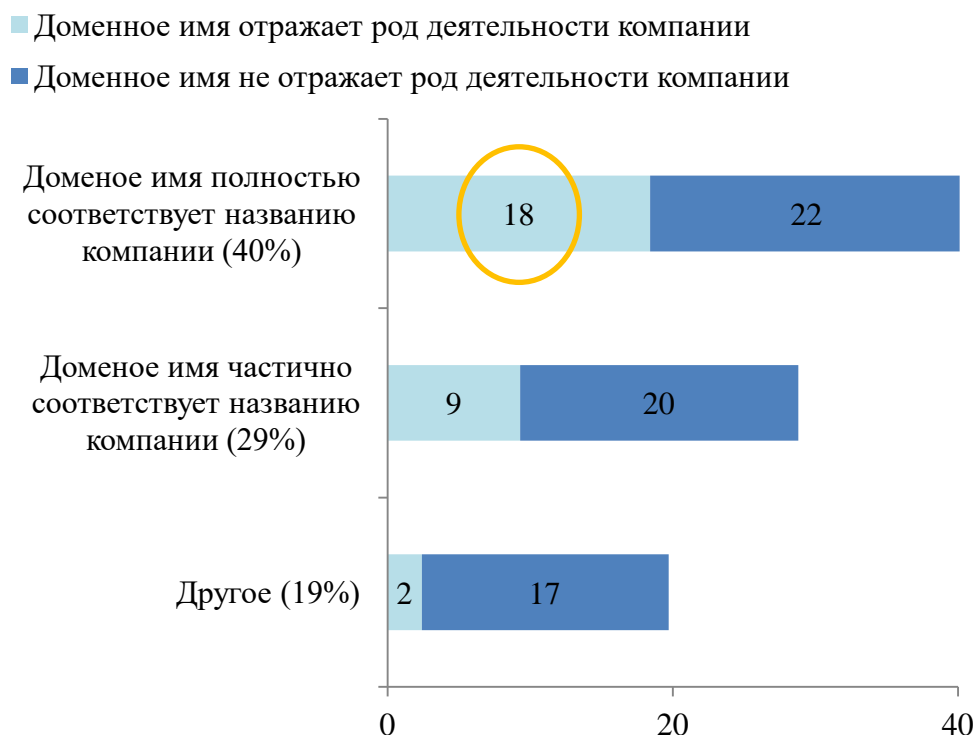
Семантическая связь с деятельностью пользователя домена может полностью отсутствовать, примеры: <http://ds-kristallik.ru> – Детский сад «Кристаллик»; <http://direct-online24.ru> – Бесплатный аудит вашего сайта; <http://kocout.ru> – Автономное учреждение Костромской области «Центр охраны и условий труда» и т.п.

Либо доменное имя может создавать ложные ассоциативные связи с родом деятельности, имеющим мало общего с деятельностью пользователя: <http://eval02.ru> – Эвакуатор, тех. помощь круглосуточно; <http://golden-trade.ru> – Ломбард плюс; <http://china-free.ru/> – Green life Болгария (Аренда апартаментов от собственников).

Стоит отметить, что доменные имена, содержащие ФИО физических лиц, автоматически попали в категорию «не отражает»: <http://alexeytarakanov.ru> – сайт Алексея Тараканова (актер).



Диаграмма 8. Перекрестный анализ соответствия доменов названию компании и отражения в доменном имени рода деятельности, % от всех (N= 8800)

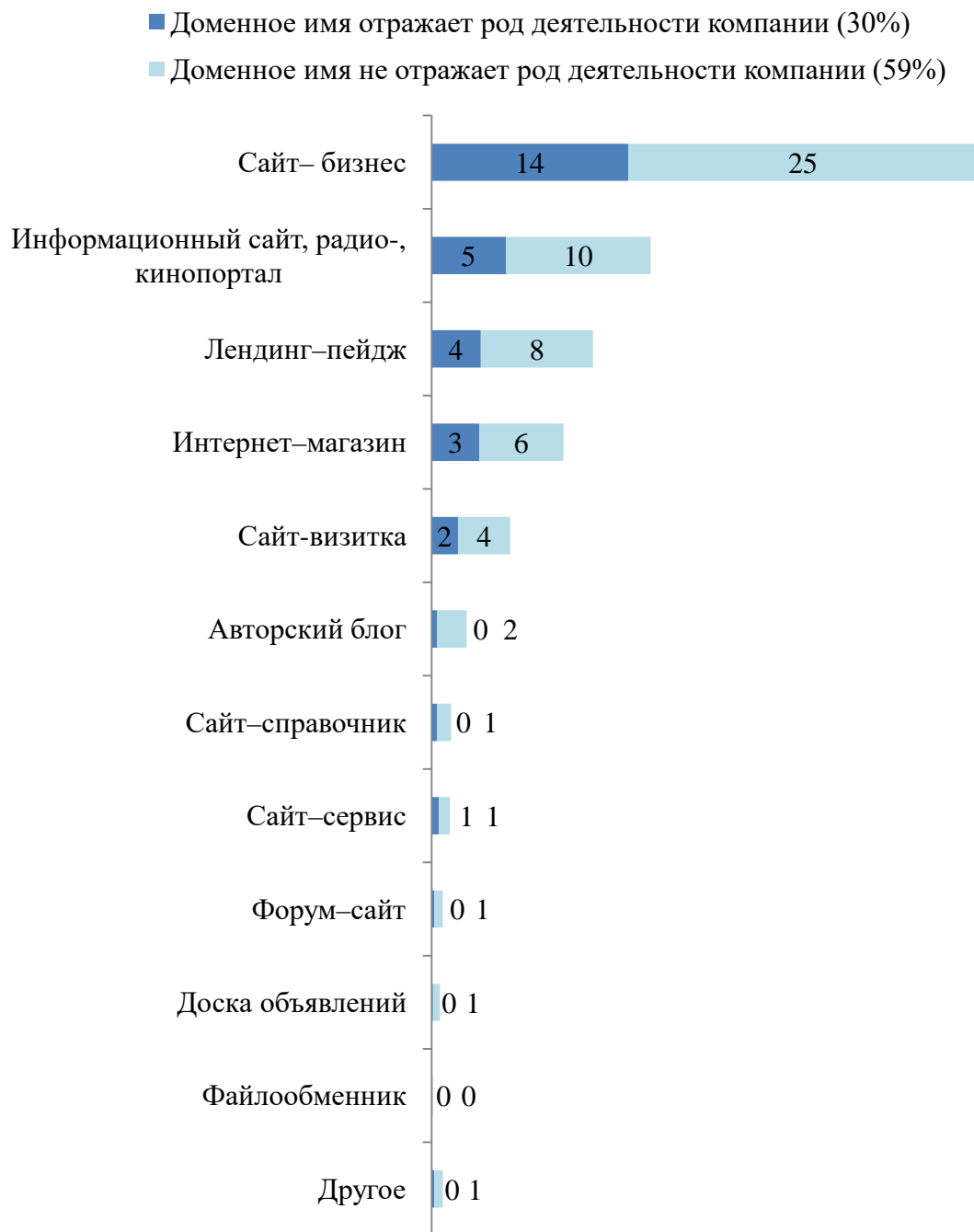


Перекрестный анализ показал:

- ✚ Напрямую «продающих» доменов в Рунете сравнительно немного – примерно 18% всех доменных имен, которые полностью отражают название компании-пользователя и одновременно содержат отсылку и к роду ее деятельности. Таким образом, эта группа доменов продвигает свои сайты уже только в силу своих семантических характеристик.
- ✚ Примерно столько же (22%) доменных имен «работают» на продвижение сайтов только в паре с раскруткой названия компании. В этих случаях, даже если название компании заложено в имя домена, соискателю придется только догадываться, чем она занимается.
- ✚ Среди доменных имен .RU примерно 9% имеют шансы «натолкнуть» на догадку, чем занимается компания-пользователь домена, поскольку доменное имя частично соответствует названию и при этом отражает род деятельности компании.

В остальных случаях при беглом взгляде на доменное имя у посетителя Рунета может не сформироваться никакая связь между доменным именем и деятельностью или брендом владельца домена.

Диаграмма 9. Перекрестный анализ типа сайта и соответствия его доменного имени роду деятельности, % от всех (N= 8800)



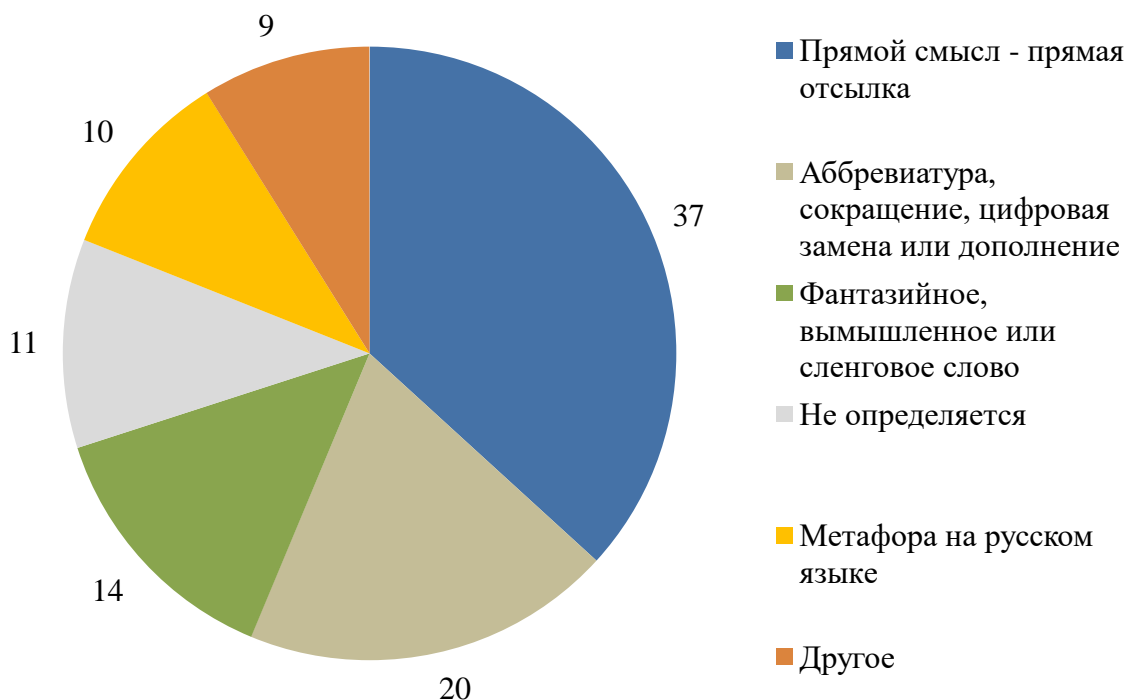
Соотношение количества доменных имен, которые отражают род деятельности пользователя (владельца) и не отражают его, в разных типах сайтов также распределено неравномерно.

Так, если дополнительно вычислить пропорции, то в самых массовых типах сайтов на общем фоне **выше** соответствие доменного имени роду деятельности компании.

- ✚ В самом распространенном типе сайтов – **сайт-бизнес** – 36% доменных имен характеризуют род деятельности компании.
- ✚ Такая же высокая доля доменных имен, характеризующих род деятельности компании, прослеживается у **Интернет-магазинов** – 36%.
- ✚ Сайты-визитки также демонстрируют повышенное соотношение доменных имен, отсылающих к роду деятельности компании – 35%.
- ✚ Аналогична картина у **информационных сайтов** – 34% доменных имен характеризуют род деятельности.
- ✚ Исключение из правил составили сайты типа **лендинг-пейдж**: доля доменных имен, наводящих на род деятельности, находится на уровне среднего по выборке – 31%.

### 4.3. Использование в доменном имени прямого смысла слов или различных возможностей языка и словесных форм

Диаграмма 10. Распределение доменов по использованию прямого смысла слов или различных возможностей языка и словесных форм, % от всех (N= 8800)



Исследование показало, что наибольшая доля (37%) доменных имен основаны на использовании прямого смысла слов. Например: <http://teplo-plyus.ru> – Тепло-плюс teplo+ (проектирование, монтаж, обслуживание систем отопления); <http://elektrikru.ru> – (Вызов электрика).

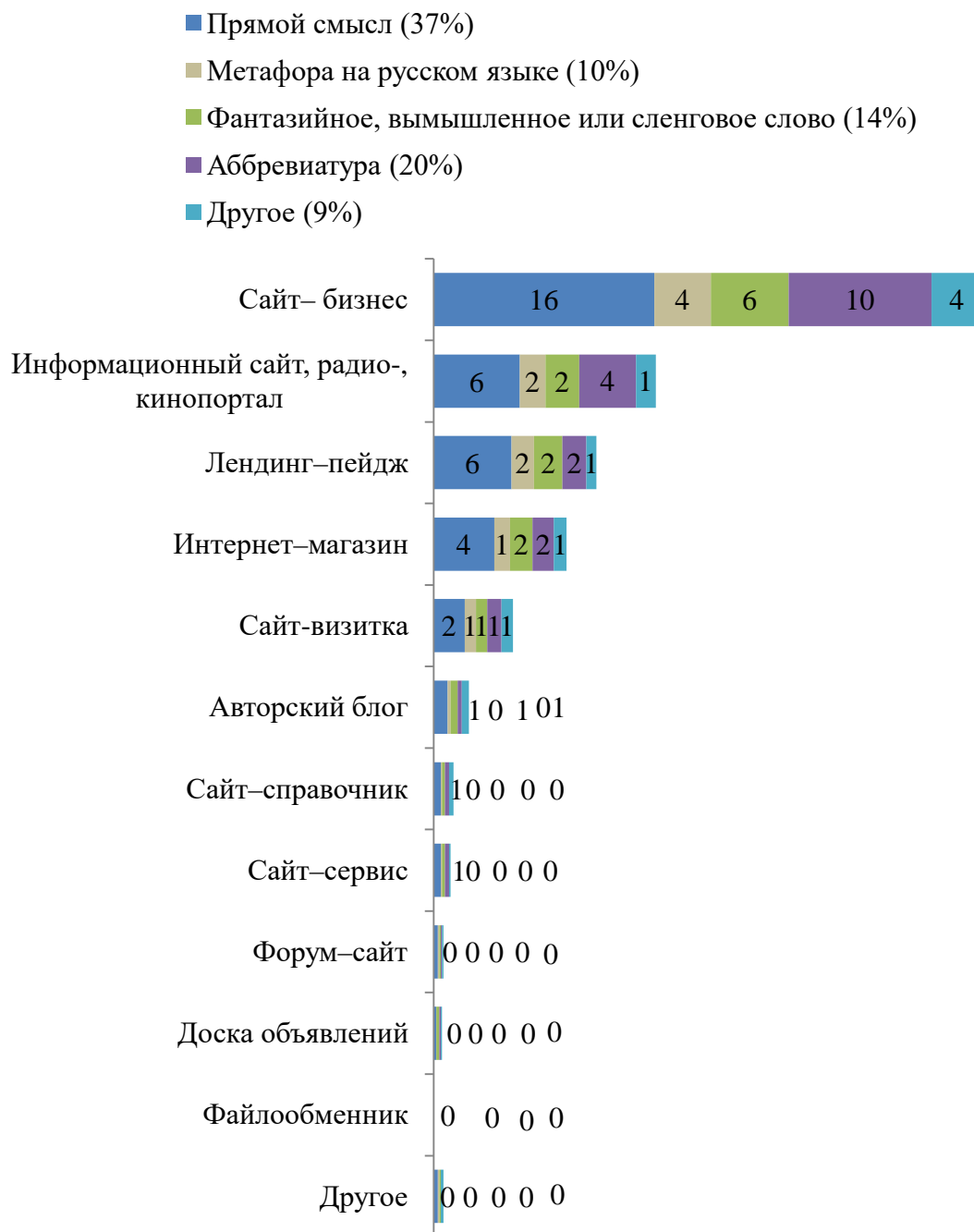
Вторая по значимости группа – это домены с использованием аббревиатур или частичных сокращений (20%). Например: <http://beartour.ru> – Турбаза «Большая медведица» в Карелии; <http://pegasirk.ru> – Туристическое агентство Вся планета; <http://to2dating.ru> –Твой дата- центр.

Довольно много доменных имен (14%) основаны на фантазийном, вымышленном или сленговом слове. Например: <http://mabby.ru> – Доска бесплатных объявлений; <http://exde.ru> – АТЭКС электро; <http://namoniko.ru/> - Надя, дизайнер и иллюстратор; <http://www.storm-spb.ru/> - СТОРМ (Кухонные столешницы и подоконники из искусственного камня).

Примерно каждый десятый домен основан на русскоязычной метафоре (10%), представляющей собой сравнение с чем-либо, ассоциацию, раскрывающую смысл деятельности компании. Например: <http://doma-kirpicha.ru> – Важный Дом, Строительство загородных домов; <http://simsim161.ru> – Аварийное вскрытие замков без повреждения.

Еще 9% представляют собой другие эксперименты с различными возможностями языка и словесных форм, как русского, так и английского. Например: <http://geotrade.ru> – Реклама; <http://ecolearn.ru> – Экология. Экологичечкое обучение.

*Диаграмма 11. Перекрестный анализ типа сайта и использования прямого смысла слов или различных возможностей языка и словесных форм, % от всех (N= 8800)*

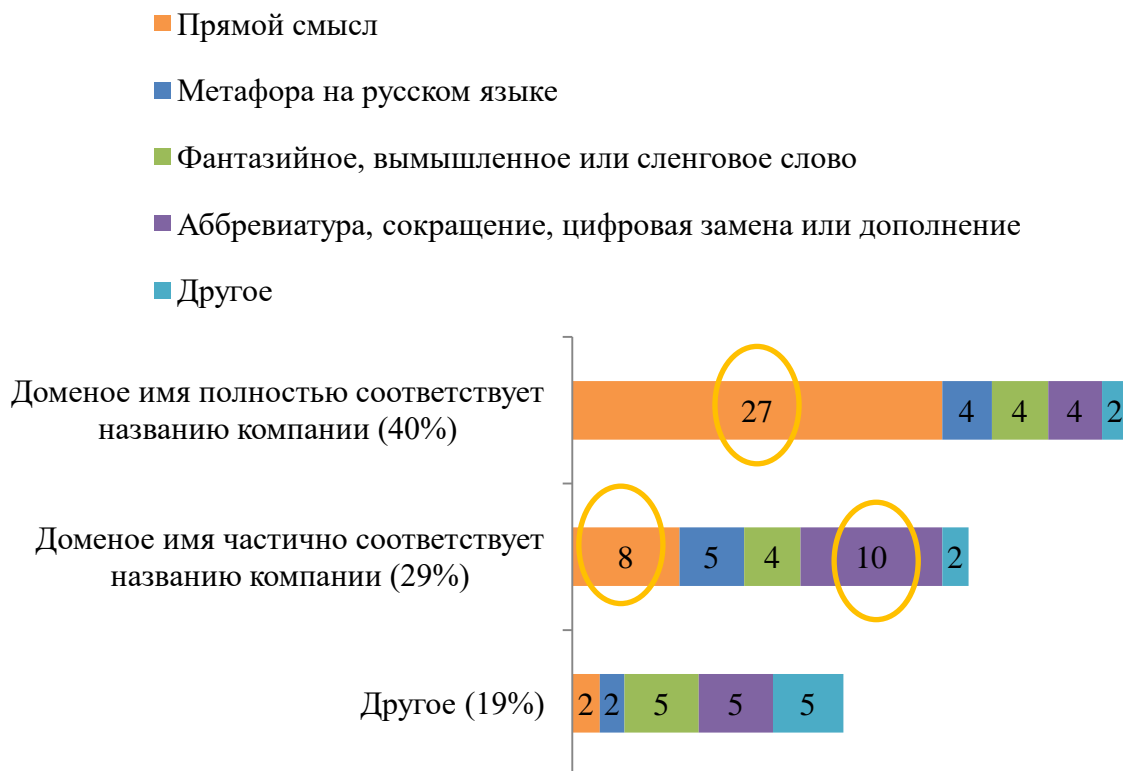


Соотношение количества доменных имен, которые используют прямой смысл слов или различные возможности языка и словесных форм, в разных типах сайтов также распределено неравномерно.

Так, если дополнительно вычислить пропорции в самых массовых типах сайтов, то обнаружатся следующие тенденции.

- ✚ Сайты типа **лендинг-пейдж** выделяются высокой долей доменных имен (48%), отражающих прямой смысл слов, повышенной долей имен с метафорами (14%), фантазийными словами (17%) и «нелюбовью» к аббревиатурам (лишь 15%).
- ✚ Также высокая доля доменных имен, основанных на прямом смысле слова, прослеживается у **Интернет-магазинов** (46%), кроме того, в этой подгруппе сайтов несколько повышена доля фантазийных слов (17%). Использование доменных имен с метафорами находится на среднем уровне (11%). Аббревиатуры также менее популярны (лишь 16%).
- ✚ В самом распространенном типе сайтов – **сайт-бизнес** - 40% доменных имен используют прямой смысл слов, 26% – аббревиатуры (оба показателя несколько выше средних по выборке).
- ✚ **Информационные сайты** по использованию возможностей языка воспроизводят среднюю картину по выборке, без особенностей.
- ✚ **Сайты-визитки** также демонстрируют усредненное соотношение доменных имен, использующих прямой смысл слов (39%), фантазийные слова (14%) аббревиатуры (18%). Единственное отличие - повышенная доля доменных имен с метафорами (15%).

Диаграмма 12. Перекрестный анализ соответствия доменов названию компании и использования в доменных именах прямого смысла слов или различных возможностей языка и словесных форм, % от всех (N= 8800)



Перекрестный анализ показал, что суммарно почти половина доменных имен (45%), очевидно, преследуют цели экономии усилий посетителей Рунета на запоминание нейма своей компании, выбирая доменное имя.

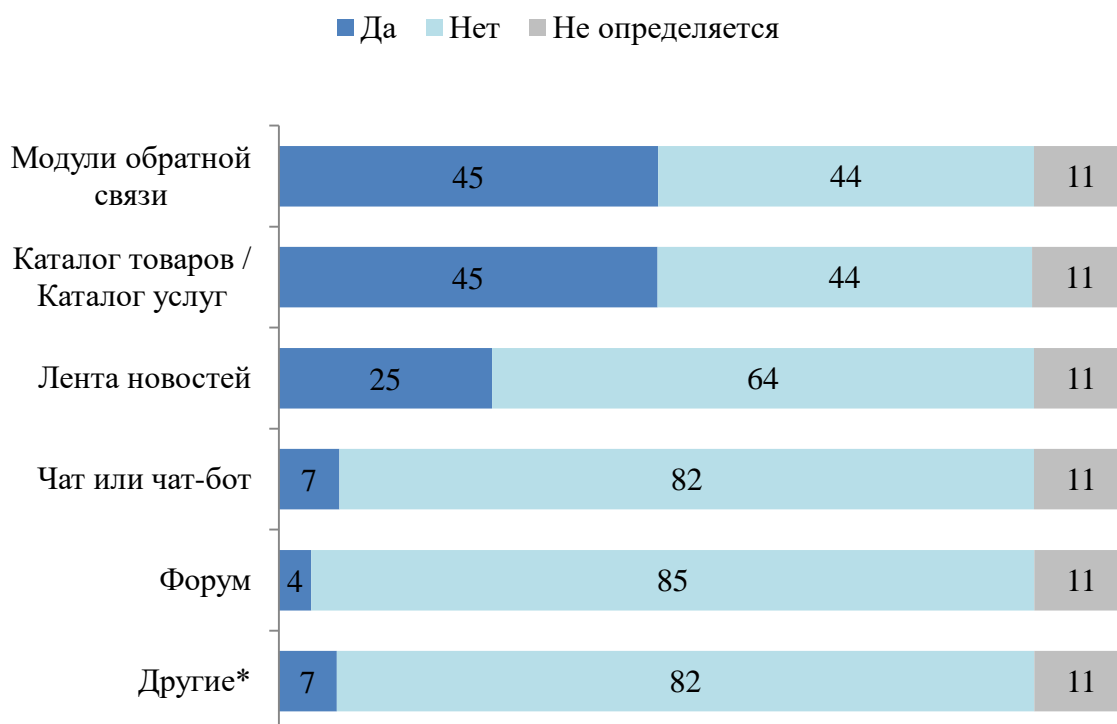
- ✚ Чуть больше 1/4 доменов отражают название компании и одновременно используют прямой смысл слов русского языка (27%).
- ✚ В случае, если доменное имя лишь частично соответствует названию компании, 8% доменных имен сохраняют прямой смысл слов, а в 10% доменных имен создатели прибегают к использованию аббревиатур и разного рода сокращений, но также сосредоточенных вокруг нейма компании.

Когда в доменном имени не удастся отразить название компании, то прослеживается обратная тенденция:

- ✚ В ход идут, наряду с аббревиатурами, и фантазийные слова, и другие разнообразные приемы, использующие богатство языка (по 5% соответственно).
- ✚ Сохранить прямой смысл слов в доменном имени или придумать вокруг него метафору становится преимуществом далеко не очевидным (использовали по 2% обладателей доменных имен соответственно).

## 5. Использование возможности размещения на сайте встроенных модулей

Диаграмма 13. Распределение доменов по наличию или отсутствию встроенных модулей, % от всех (N= 8800)



Как показало исследование, пользователи (владельцы) доменных имен довольно ограниченно используют возможности своих доменов в виде встраивания дополнительных модулей.

Так, 45% сайтов на доменах .RU имеют модули обратной связи и 45% каталог услуг, и это наиболее часто встречающиеся виды встроенных модулей.

Условно второе место по распространенности занимает лента новостей, которую размещают 25% сайтов, расположенных на домене .RU .

Мало распространены такие модули, как чат или чат-бот (только 7% сайтов Рунета), форум (4%).

В категорию «другие» вошли следующие наиболее часто встречающиеся модули:

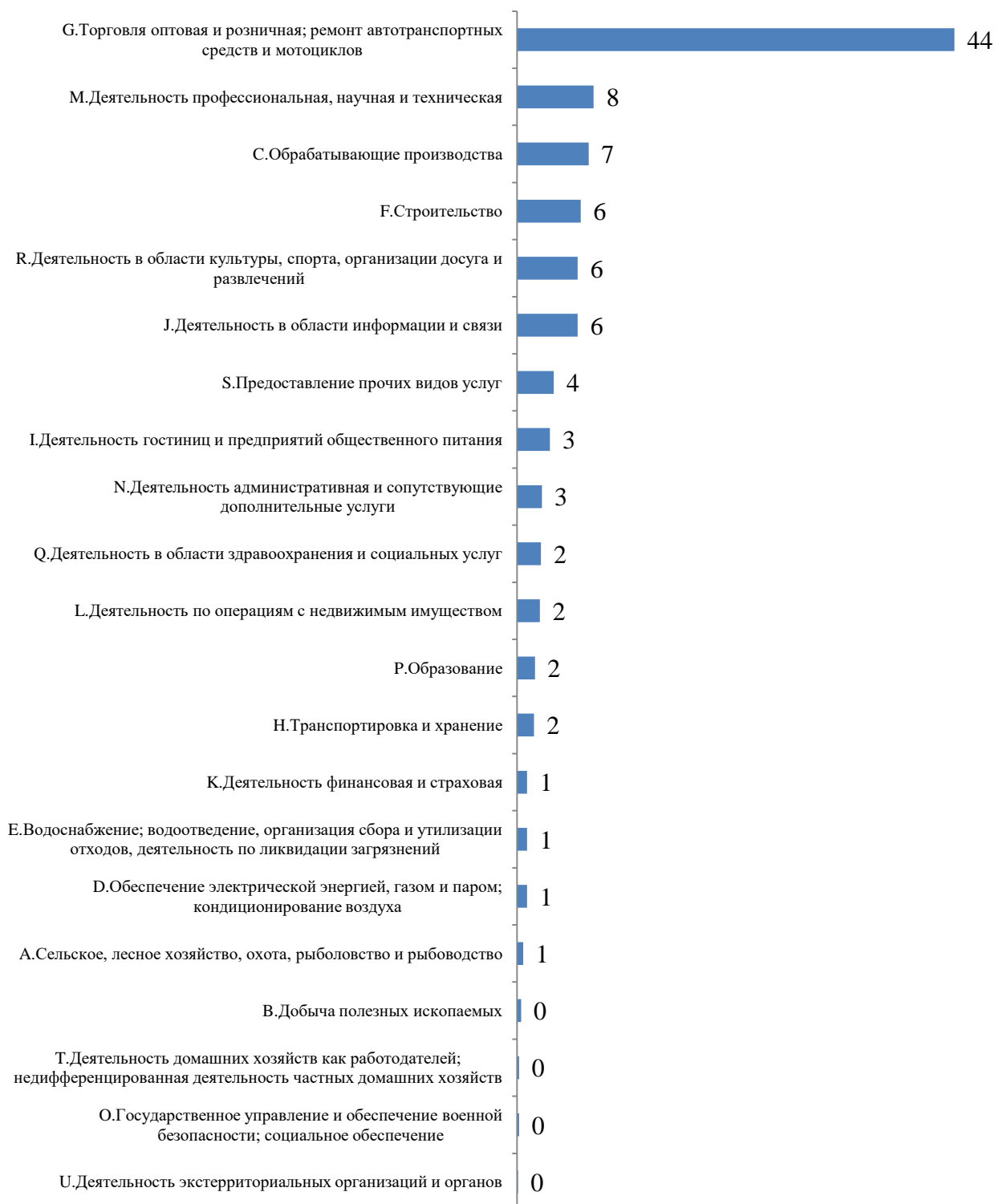
- поисковик по сайту,
- калькулятор,
- авторизация, вход в личный кабинет,



- электронная запись (на примерку, сервис, электронная приемная и пр.),
- форма для подстановки данных клиента для онлайн заказа: подписки, заявки, отправки тех. задания, покупки электронных билетов, бронирования номеров, создания стенгазеты, макета фотоальбома, прайс листа с расчетом стоимости, создания соцопросов и т.п.,
- форма для получения бонуса: оформить подарок, получить промокод, книга в подарок на почту, подписка на рассылку и пр.,
- версия для слабовидящих,
- формы для расчета стоимости валюты,
- календарь (недель беременности),
- погода онлайн.

## 5.1. Каталог товаров, услуг

Диаграмма 14. Распределение доменов, имеющих каталог товаров или услуг, по направлению деятельности пользователя домена, % от всех (N= 3918)



Анализ показал, что такие возможности домена .RU, как размещение каталога товаров или услуг на своем ресурсе, используют в основном представители сферы:

- ✚ Г. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (44%).

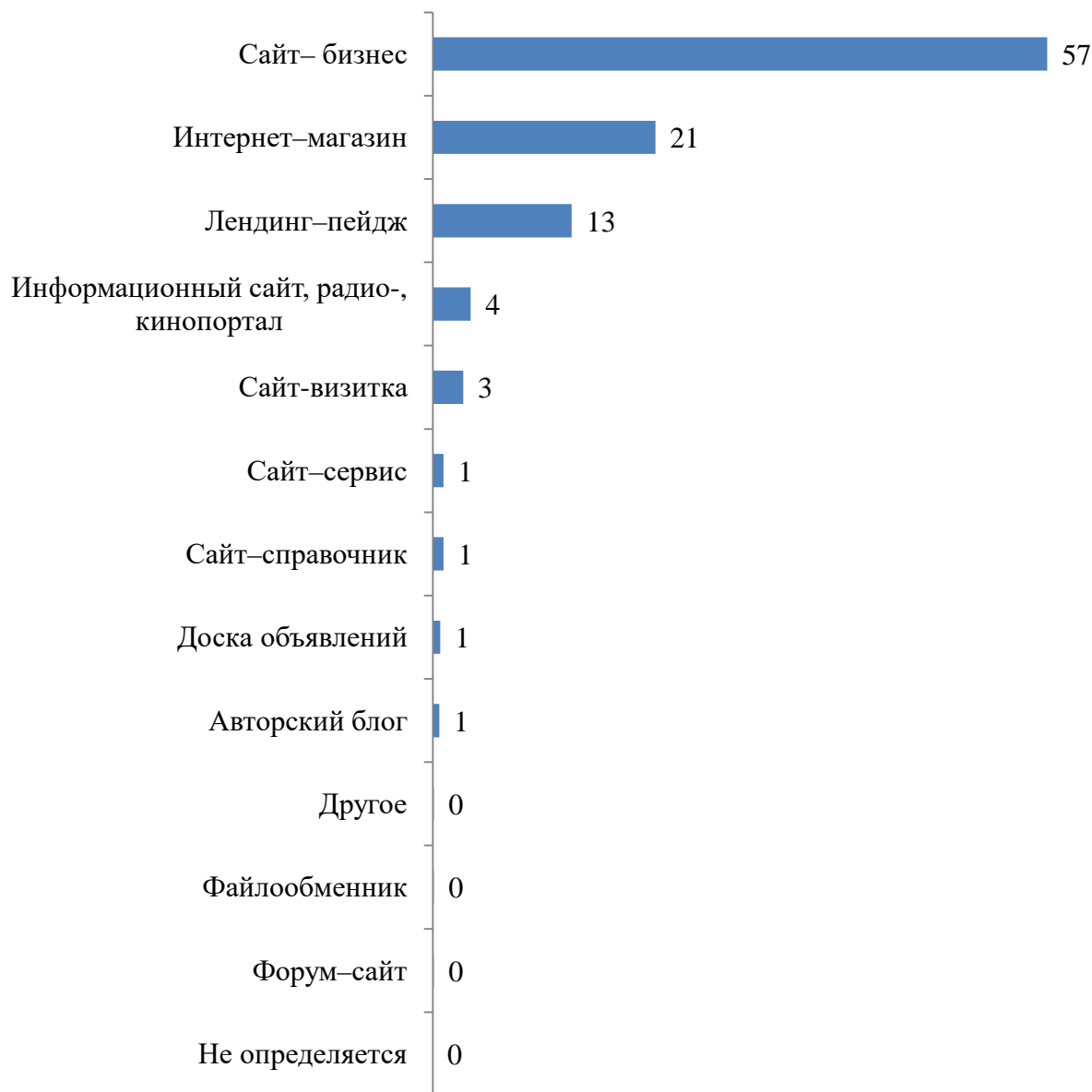
Доля представителей других сфер незначительна, однако, нетрудно заметить, что все они входят либо в список **флагманских сфер** деятельности на просторах Рунета,

- ✚ М. Деятельность профессиональная, научная и техническая, J. Деятельность в области информации и связи и R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (8%, 6% и 6% всех каталогов приходится на эти сферы соответственно).

Либо к сферам **со средним уровнем распространенности доменов**. Это такие сферы, как:

- ✚ С. Обрабатывающие производства, F. Строительство S. Предоставление прочих видов услуг (7%, 6% и 4% всех каталогов приходится на эти сферы соответственно).

Диаграмма 15. Распределение доменов, имеющих каталог товаров или услуг, по типу сайта, % от всех (N= 3918)

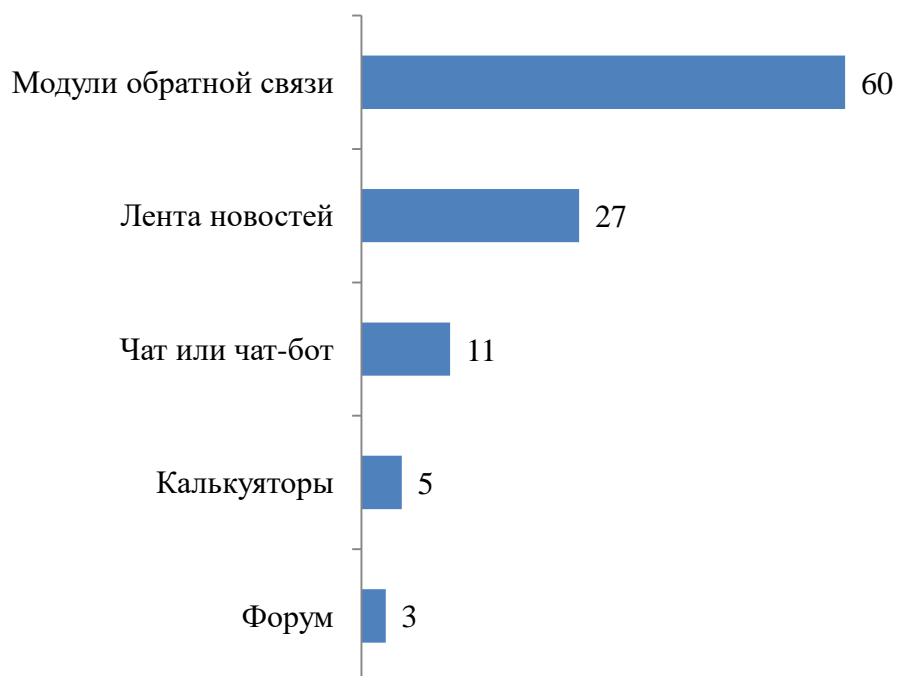


Исследование также показало, что наибольшая доля каталогов расположены на доменных именах, которые относятся к сайтам типа:

- ✚ Сайт-бизнес (57%),
- ✚ Интернет-магазин (21%),
- ✚ Лендинг-пейдж (13%).

Суммарно эти три типа сайтов охватывают 90% всех каталогов.

Диаграмма 16. Распределение доменов, имеющих каталог товаров или услуг, по наличию других встроенных модулей, % от всех (N= 3918)



Как правило, 60% сайтов с каталогами, содержат модули обратной связи. Еще 27% - ленту новостей.

Примечательно, что только 5% содержат встроенные модули типа «калькулятор».

## 5.2. Лента новостей

Диаграмма 17. Распределение доменов, имеющих ленту новостей, по направлению деятельности пользователя домена, % от всех (N= 2207)



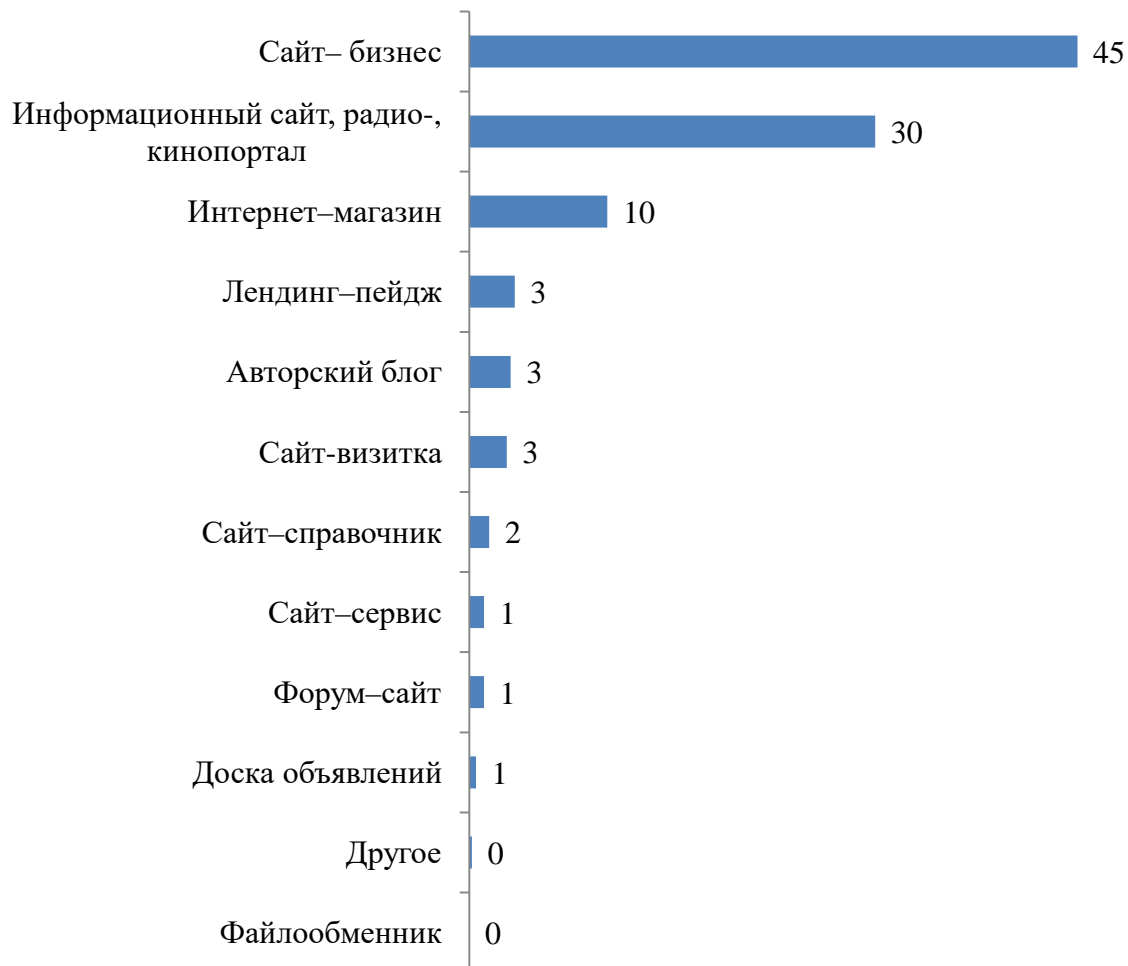
Анализ показал, что такие возможности домена .RU, как размещение **ленты новостей** на своем ресурсе, также используют в основном представители **флагманских сфер** Рунета, на которых приходится более половины всех новостных лент (62%):

- ✚ G. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (24%).
- ✚ J. Деятельность в области информации и связи (16%).
- ✚ R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (13%).
- ✚ M. Деятельность профессиональная, научная и техническая (8%).

Доля представителей других сфер значительно меньше, однако, нетрудно заметить и здесь более явно выраженное представительство сфер, отнесенных к **среднему уровню распространенности количества доменов в Рунете**. Это такие сферы, как:

- ✚ P. Образование (8%).
- ✚ C. Обрабатывающие производства (4%).
- ✚ F. Строительство (4%).
- ✚ N. Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги.

Диаграмма 18. Распределение доменов, имеющих ленту новостей, по типу сайта, % от всех (N= 2207)



Исследование также показало, что наибольшая доля новостных лент расположены на доменных именах, которые относятся к сайтам типа:

- ✚ Сайт-бизнес (45%),
- ✚ Информационный сайт, радио-кино-портал (30%),
- ✚ Интернет-магазин (10%).

Суммарно эти три типа сайтов охватывают 86% всех новостных лент.



## 5.3. Чат или чат-бот

Диаграмма 19. Распределение доменов, имеющих чат или чат-бот, по направлению деятельности пользователя домена, % от всех (N= 626)



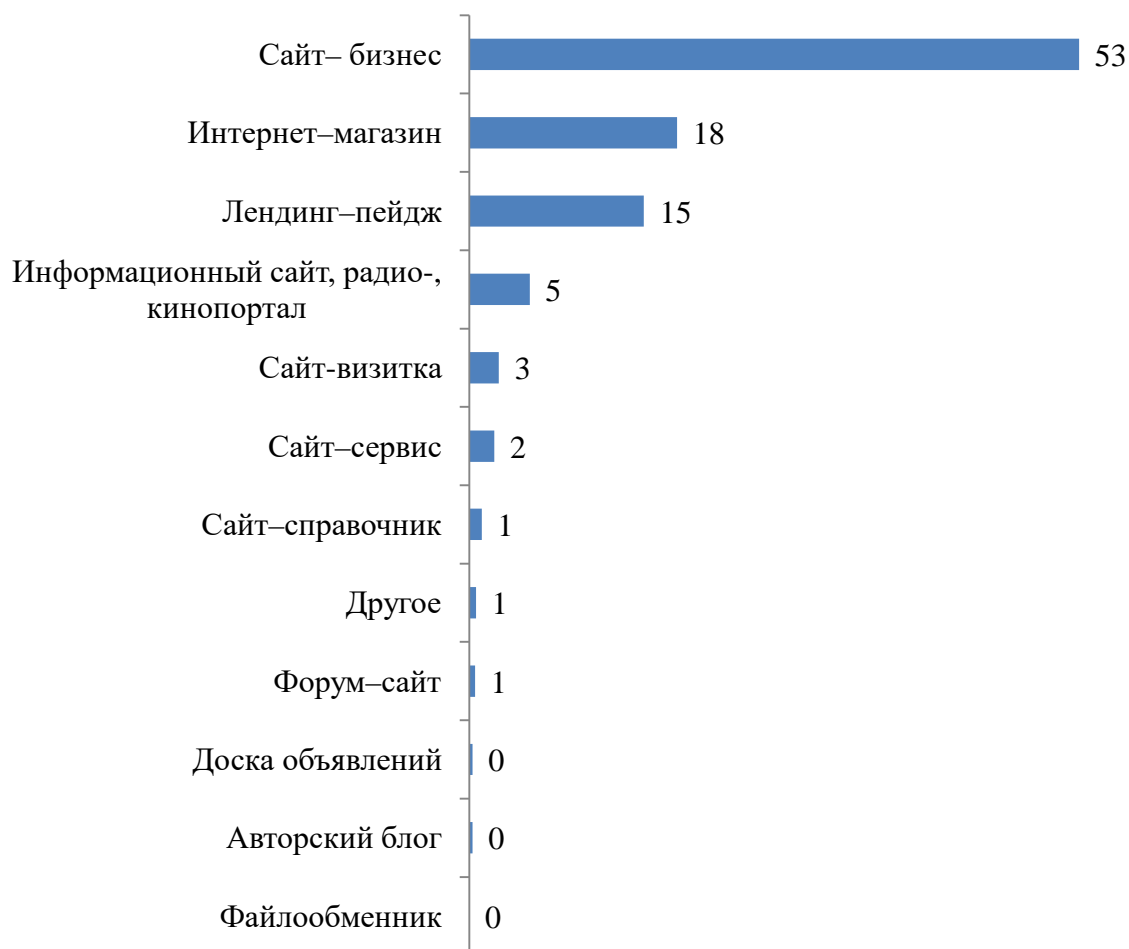
Анализ показал, что такие возможности домена .RU, как размещение чата или чата-бота на своем ресурсе, используют в основном представители сферы:

- ✚ G. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (39%).

Доля представителей других сфер незначительна, однако, среди них снова фигурируют наиболее представленные в Рунете сферы.

- ✚ M. Деятельность профессиональная, научная и техническая (8%).
- ✚ R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (8%).
- ✚ J. Деятельность в области информации и связи (7%).
- ✚ F. Строительство (7%).

*Диаграмма 20. Распределение доменов, имеющих чат или чат-бот, по типу сайта, % от всех (N= 626)*



Исследование выявило, что наибольшая доля чат-ботов расположены на доменных именах, которые относятся к сайтам типа:

- ✚ Сайт-бизнес (53%),
- ✚ Интернет-магазин (18%),
- ✚ Лендинг-пейдж (15%).

Суммарно эти три типа сайтов охватывают 87% всех чатов-ботов.

## 5.4. Модули обратной связи

Диаграмма 21. Распределение доменов, имеющих модули обратной связи, по направлению деятельности пользователя домена, % от всех (N= 3926)



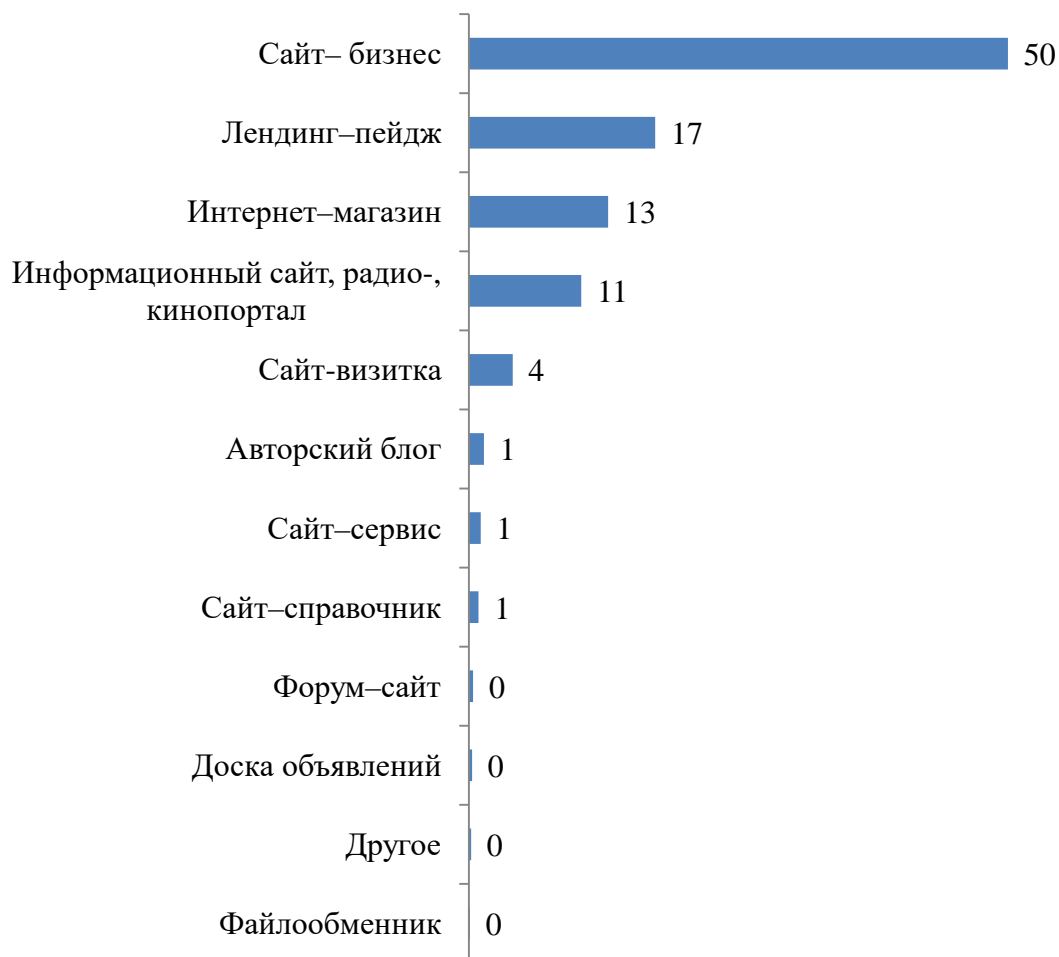
Исследование показало, что такие возможности домена .RU, как размещение модулей обратной связи на своем ресурсе, используют в основном представители сферы:

- ✚ G. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (32%).

Доля представителей других сфер почти втрое ниже, среди них традиционно встречаются наиболее представленные в Рунете сферы.

- ✚ M. Деятельность профессиональная, научная и техническая (10%).
- ✚ J. Деятельность в области информации и связи (9%).
- ✚ R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (8%).
- ✚ F. Строительство (7%).
- ✚ C. Обрабатывающие производства (5%).
- ✚ P. Образование (4%).

Диаграмма 22. Распределение доменов, имеющих модули обратной связи, по типу сайта, % от всех (N= 3926)



Исследование обнаружило высокую популярность модулей обратной связи на сайтах типа:

- ✚ Сайт-бизнес (50%),
- ✚ Лендинг-пейдж (17%).
- ✚ Интернет-магазин (13%)
- ✚ Информационный сайт, радио-, кинопортал (11%).

Суммарно эти четыре типа сайтов охватывают 91% всех обнаруженных в выборке модулей обратной связи.

## 5.5. Форум

Диаграмма 23. Распределение доменов, имеющих форум, по направлению деятельности пользователя домена, % от всех (N= 333)



Форум сравнительно редко встречающийся встроенный модуль на просторах Рунета. Анализ показал, что возможность разместить на домене .RU форум практикуют в основном представители двух сфер. Здесь фактически размещена половина всех существующих форумов Рунета.

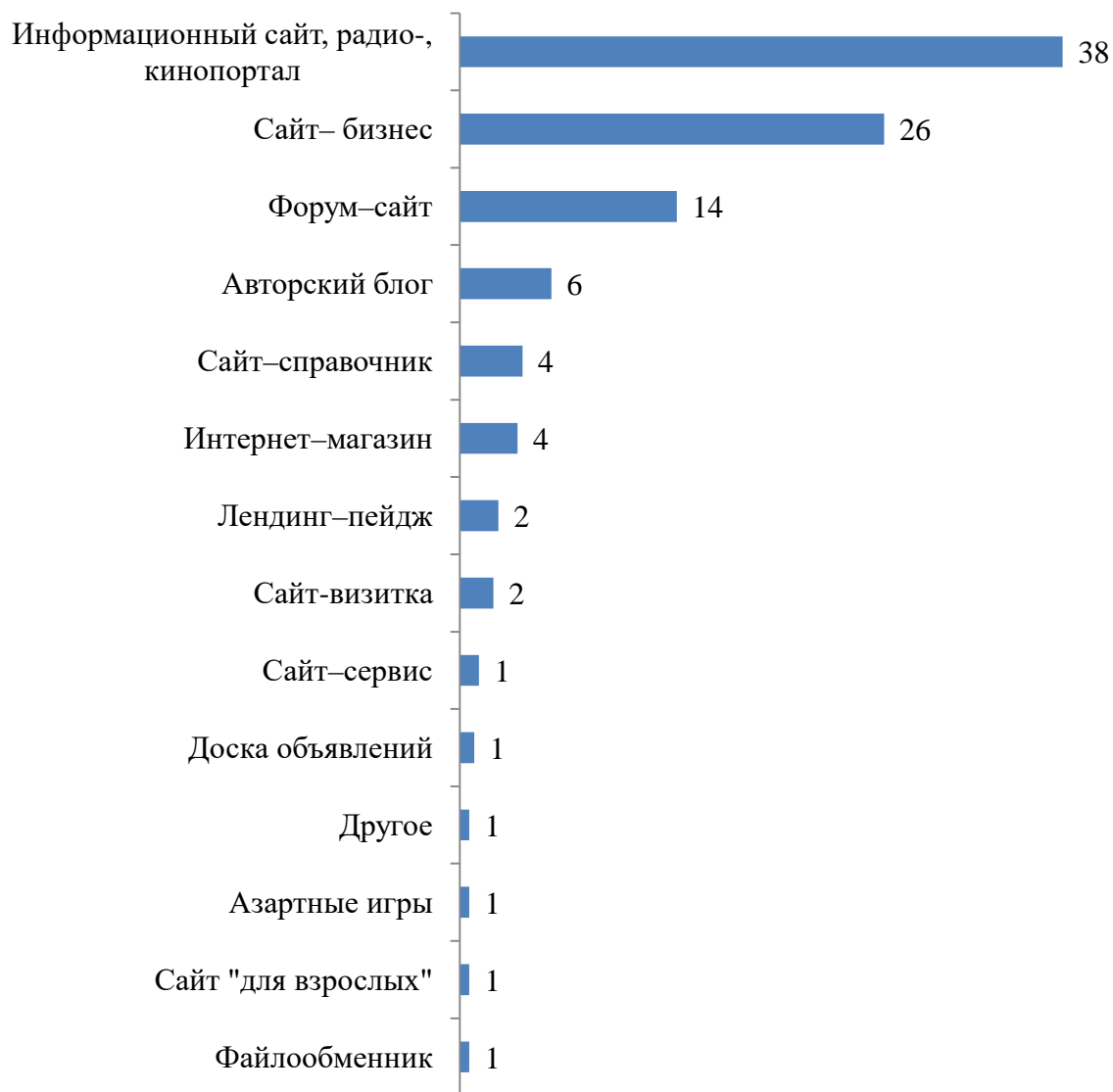
- ✚ J. Деятельность в области информации и связи (27%).
- ✚ R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (22%).

Им, безусловно, уступают в количестве размещенных форумов, но все же попадают в статистику значимых показателей следующие сферы:

- ✚ G. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (12%).
- ✚ M. Деятельность профессиональная, научная и техническая (10%).
- ✚ P. Образование (6%).
- ✚ S. Предоставление прочих видов услуг
- ✚ Q. Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг (5%).



Диаграмма 24. Распределение доменов, имеющих форум, по типу сайта, % от всех (N= 333)

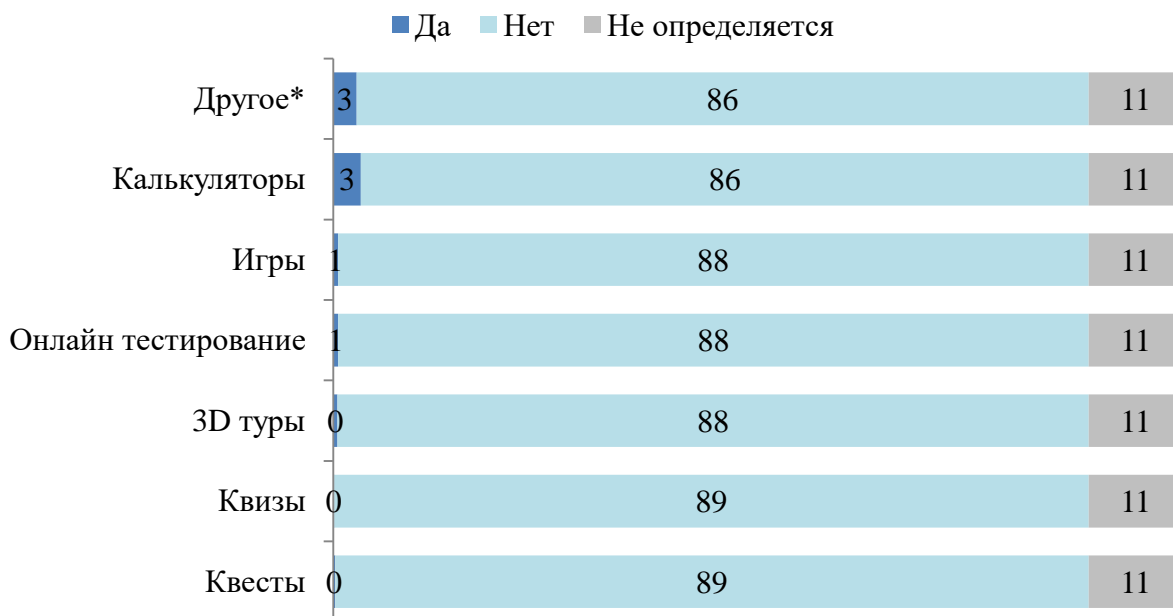


Лидерство по количеству размещенных форумов, ожидаемо, удерживают:

- ✚ Сайты информационного типа – радио-, кинопорталы (38% всех форумов содержится именно здесь).
- ✚ Каждый четвертый форум встретится в Рунете на сайте типа сайт-бизнес (26%).
- ✚ Еще 14% форумов расположены на форумах-сайтах.

## 6. Использование возможности размещения на сайте современных модулей удержания клиента

Диаграмма 25. Распределение доменов по наличию или отсутствию современных модулей удержания клиента<sup>8</sup>, % от всех (N= 8800)



Безусловно, содержание самого контента, например, на игровых или развлекательных сайтах, зачастую само по себе имеет эффект, удерживающий клиента на ресурсе. Однако целью данного анализа было проследить именно наличие дополнительных модулей, целенаправленно встроенных для увеличения времени и объема просмотра контента, изучения каталогов, поиска нужного содержания и пр., то есть модули, которые по существу делают сайт более конкурентоспособным.

Как показало исследование, пользователи сайтов на доменах .RU почти не практикуют на своих ресурсах разнообразные современные способы удержания клиента.

Так, среди заданных категорий модулей удержания клиентов на сайте калькуляторы используют только 3%. А доля сайтов, размещающих онлайн тестирование, игры, 3D-туры, квесты и квизы не превышает 1%.

<sup>8</sup> Калькуляторы расчета, формы планирования – модули, позволяющие сделать предпокупку и планирование затрат: рассчитать количество отделочных материалов для ремонта, объем клининговых услуг, объем и время проведения каких-либо процедур и пр. 3D-тур используется, чтобы показать какой-либо объект с разных сторон. Игры – любые другие игры с посетителями, исключая квест и квиз, например, лотереи со скидками. Квест – игра, где нужно что-либо выбирать, отгадывать. Квиз – это игровой тест, задача которого заинтересовать клиента.

## 6.1. Калькуляторы расчета, формы планирования<sup>9</sup>

Диаграмма 26. Распределение доменов, имеющих калькуляторы расчета, формы планирования, по направлению деятельности пользователя домена, % от всех (N= 285)



<sup>9</sup> Калькуляторы расчета, формы планирования – модули, позволяющие сделать предпокупку и планирование затрат: рассчитать количество отделочных материалов для ремонта, объем клининговых услуг, объем и время проведения каких-либо процедур и пр.

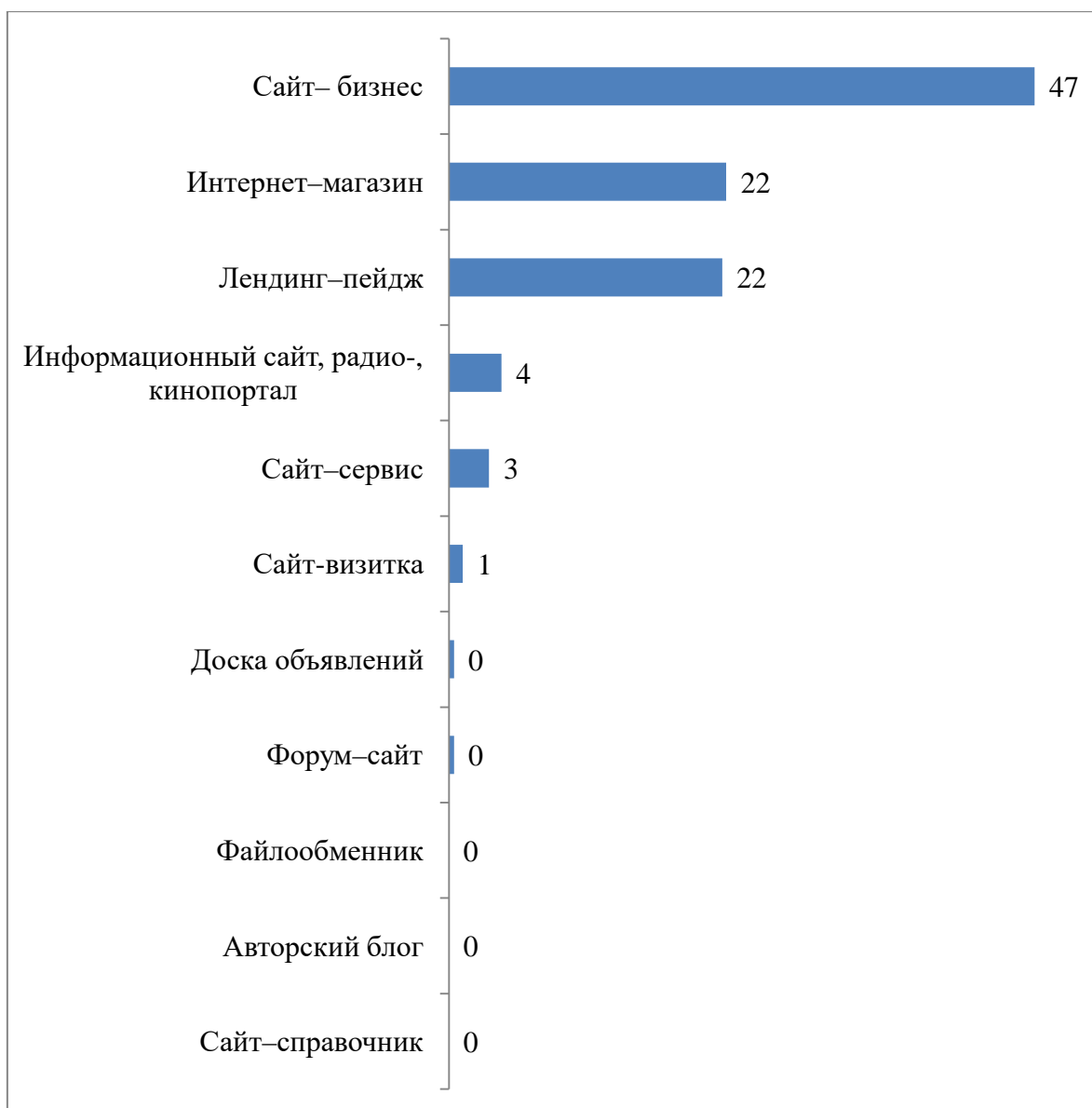
Исследование показало, что такие возможности домена .RU, как размещение калькуляторов расчета, всевозможных форм планирования для удержания клиента на своем ресурсе, используют в основном представители сферы:

- ✚ G. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (33%).

Доля представителей других сфер значительно ниже, однако таких сфер выявлено довольно много, в основном, из сфер обслуживания и оказания различных услуг.

- ✚ F. Строительство (7%).
- ✚ R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (7%).
- ✚ C. Обрабатывающие производства (7%).
- ✚ I. Деятельность гостиниц, предприятий общественного питания (6%).
- ✚ H. Транспортировка и хранение (6%).
- ✚ S. Предоставление прочих видов услуг (6%).
- ✚ L. Деятельность по операциям с недвижимым имуществом (6%).
- ✚ M. Деятельность профессиональная, научная и техническая (5%).

Диаграмма 27. Распределение доменов, имеющих калькуляторы расчета, формы планирования, по типу сайта, % от всех (N= 285)



Исследование выявило, что наибольшая доля калькуляторов расчета расположены на доменных именах, которые относятся к сайтам типа:

- ✚ Сайт-бизнес (47%),
- ✚ Интернет-магазин (22%),
- ✚ Лендинг-пейдж (22%).

Суммарно эти три типа сайтов охватывают 91% всех калькуляторов.

В связи с малочисленностью подвыборок доменных имен (от 9 до 49 доменов), имеющих другие заданные для наблюдения виды модулей удержания клиента (квесты, квизы, 3D-туры, игры, онлайн тестирование), их статистический анализ нерелевантен.

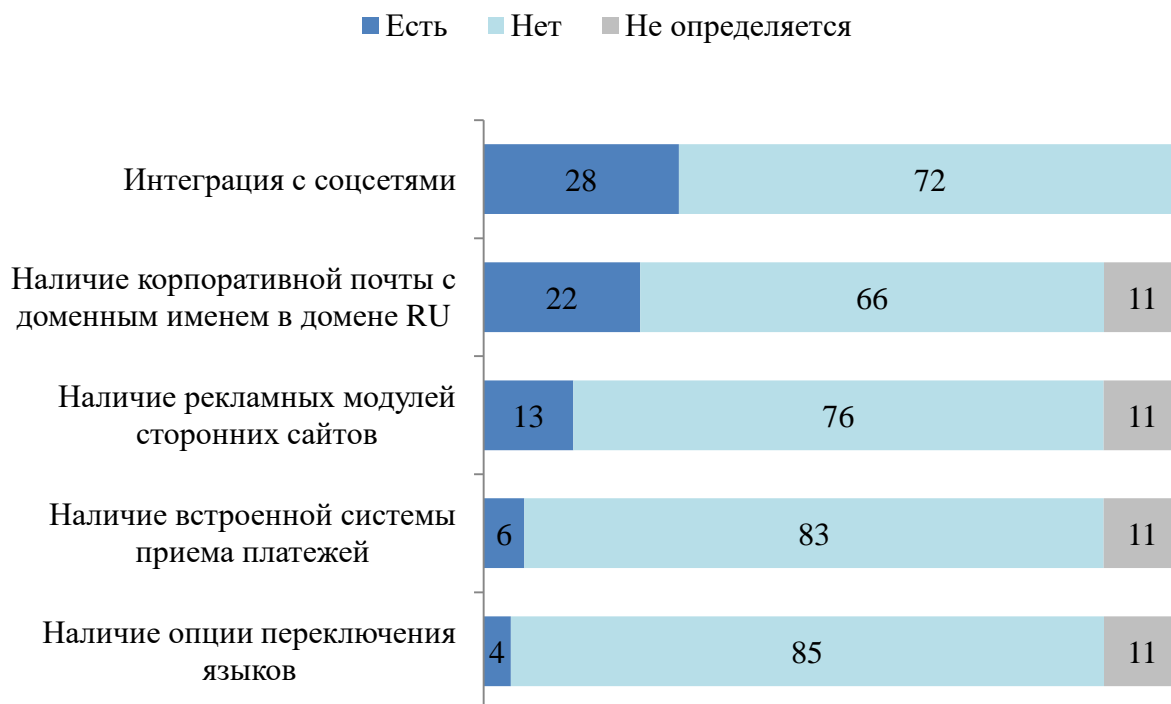
## 6.2. Другое

Анализ категории «другое» позволяет выделить (без статистического анализа) самые разнообразные модули, способствующие удержанию клиентов:

- поисковики по сайту,
- формы автозаполнения, бронирования, подбора (книг, материалов для дизайна и пр.);
- модули представления успешной работы - фотогалерея работ (исправленные формы носа, ушей, отреставрированные предметы, квартиры до и после ремонта и т.п.), выигранные судебные дела,
- личные кабинеты и способы авторизации,
- календарь, прогноз погоды, часы, показывающие время в разных пунктах земного шара, счетчики обратного отсчета времени и пр.,
- схема прокладки маршрута,
- бегущая строка.

## 7. Использование ресурсов интеграции сайтов доменной зоны .RU

Диаграмма 28. Распределение доменов по наличию или отсутствию современных модулей интеграции с внешними ресурсами, % от всех (N= 8800)



Как показал анализ, ресурсы интеграции пользователями (владельцами) доменов в Рунете исчерпаны далеко не полностью.

Так, интегрированы с соцсетями чуть более 1/4 доменов .RU – 28%.

Немногим больше 1/5 обладателей доменов .RU (22%) пользуются возможностью создать уникальную корпоративную почту на своем домене.

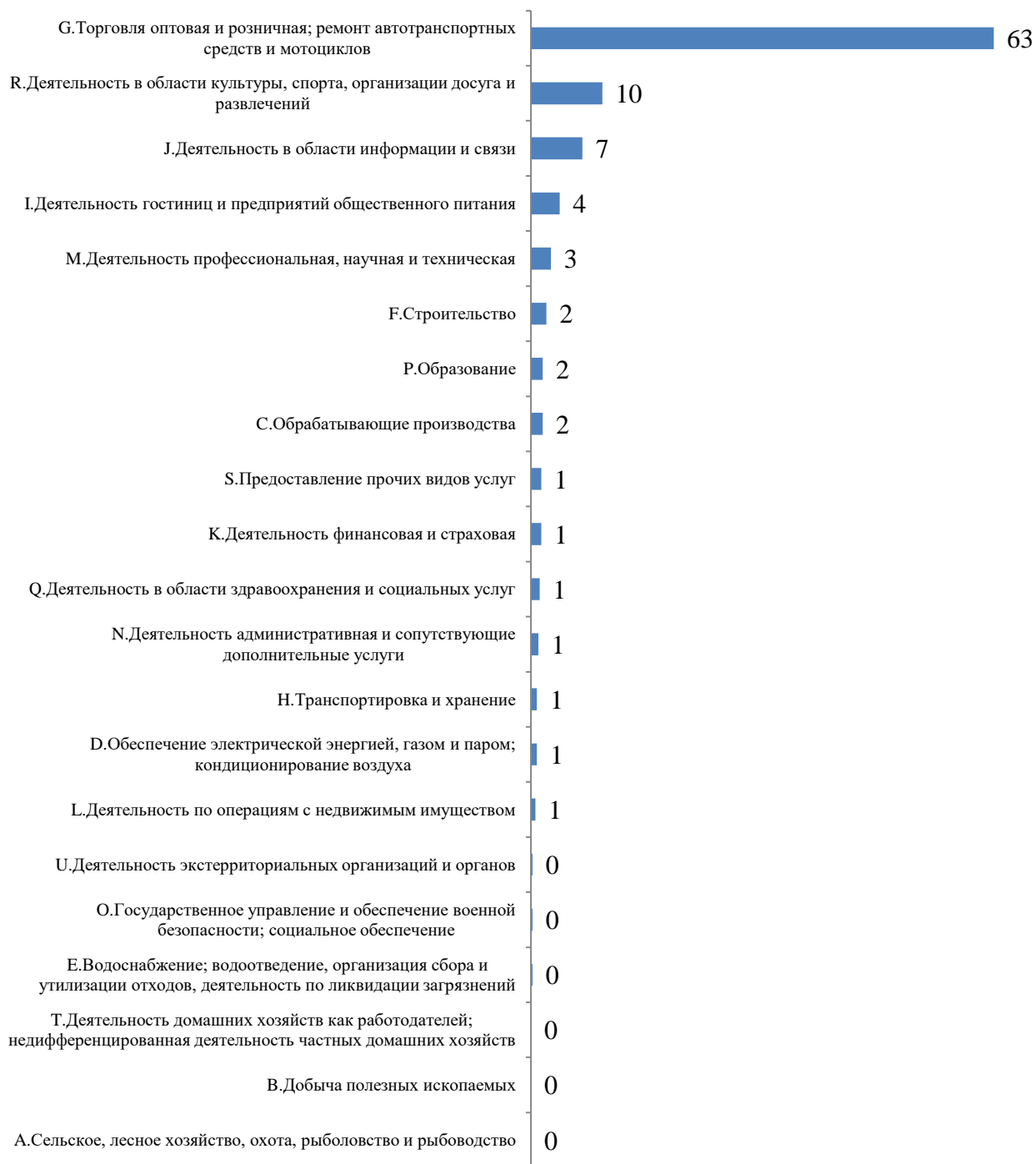
Рекламные модули сторонних сайтов содержат на своем ресурсе только 13% пользователей доменов .RU.

Встроенные системы приема платежей практически не распространены среди обладателей доменов Рунета (6%).

Опция переключения языков отмечена лишь в 4% выборки.

## 7.1. Использование встроенной системы приема платежей

Диаграмма 29. Распределение доменов, имеющих встроенную систему приема платежей, по направлению деятельности пользователя домена, % от всех (N= 514)



Как показал анализ доменов, имеют встроенную систему приема платежей преимущественно домены, которые обслуживают следующие сферы:



- ✚ G. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (63%).

Доля представителей других сфер значительно ниже, однако таких сфер выявлено довольно много, в основном, из сфер обслуживания и оказания различных услуг.

- ✚ R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (10%).
- ✚ J. Деятельность в области информации и связи (7%).
- ✚ I. Деятельность гостиниц, предприятий общественного питания (4%).

*Диаграмма 30. Распределение доменов, имеющих встроенную систему приема платежей, по типу сайта, % от всех (N= 514)*



Исследование выявило, что размещение систем приема платежей не является популярной тенденцией. Основную массу систем приема платежей на своем домене размещают сайты следующих типов:

- ✚ Интернет-магазин (56%),
- ✚ Сайт-бизнес (27%),
- ✚ Лендинг-пейдж (8%).

Суммарно эти три типа сайтов охватывают 91% всех систем приема платежей.

## 7.2. Использование рекламных модулей сторонних сайтов

Диаграмма 31. Распределение доменов, имеющих рекламные модули сторонних сайтов, по направлению деятельности пользователя домена, % от всех (N=1129)

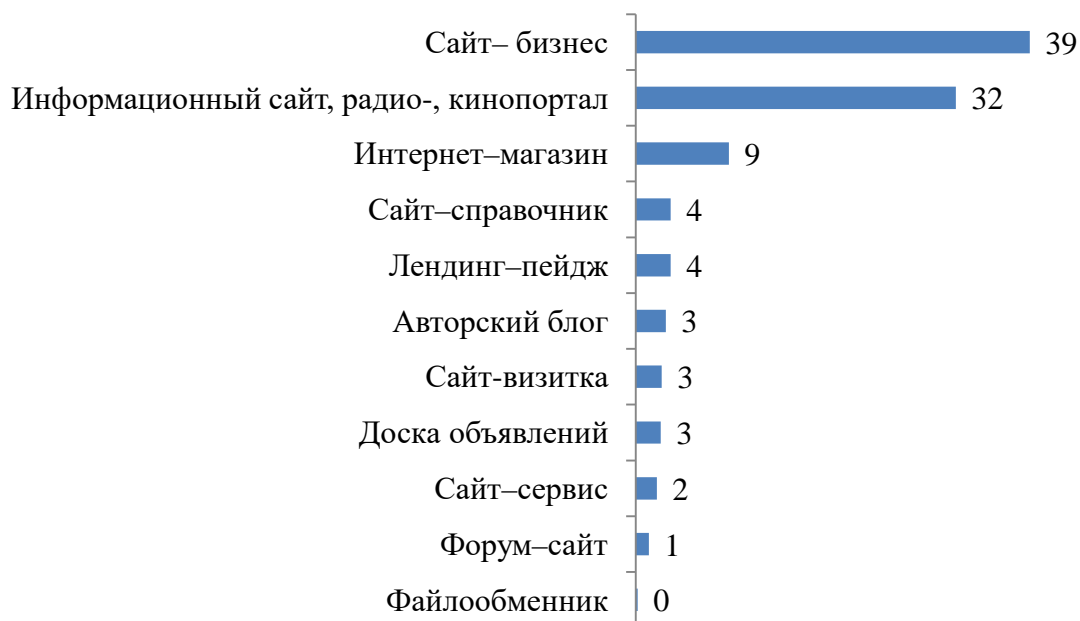


Как показал анализ доменов, только 13% всех доменов Рунета имеют рекламные модули сторонних сайтов, очевидно, используя их как дополнительный источник окупаемости по содержанию сайта. Чаще всего к этому прибегают пользователи (владельцы) доменов, работающих в следующих сферах:

- ✚ G. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (23%).
- ✚ J. Деятельность в области информации и связи (21%).
- ✚ R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (14%).
- ✚ M. Деятельность профессиональная, научная и техническая (10%).

Нетрудно заметить, что все они входят в список **флагманских сфер** деятельности на просторах Рунета.

*Диаграмма 32. Распределение доменов, имеющих рекламные модули сторонних сайтов, по типу сайта, % от всех (N= 1129)*



Исследование также показало, что наибольшую долю рекламных модулей сторонних сайтов имеют доменные имена, которые относятся к сайтам типа:

- ✚ Сайт-бизнес (39%),
- ✚ Информационный сайт, радио-кино-портал (32%),
- ✚ Интернет-магазин (9%).

Суммарно эти три типа сайтов охватывают 81% всех новостных лент.

## 7.3. Создание корпоративной почты с доменным именем

Диаграмма 33. Распределение доменов, имеющих корпоративную почту с доменным именем в домене .RU, по направлению деятельности пользователя домена, % от всех (N= 1973)



Как показал анализ, каждый пятый сайт зоны .RU использует свой домен для создания корпоративной почты. Однако подавляющее большинство таких доменов работают в сфере:

- ✚ G. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (33%).

Еще около 40% сайтов с корпоративной почтой на доменном имени суммарно набираются из следующих сфер:

- ✚ M. Деятельность профессиональная, научная и техническая (12%).
- ✚ J. Деятельность в области информации и связи (9%).
- ✚ C. Обрабатывающие производства (7%).
- ✚ F. Строительство (7%).
- ✚ R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (7%).

*Диаграмма 34. Распределение доменов, имеющих корпоративную почту с доменным именем в домене .RU, по типу сайта, % от всех (N= 1973)*



Исследование обнаружило высокую популярность корпоративной почты на доменном имени на сайтах типа:

- ✚ Сайт-бизнес (57%).

Значительно реже почта встречается на следующих видах сайтов:

- ✚ Лендинг-пейдж (13%).
- ✚ Интернет–магазин (13%)
- ✚ Информационный сайт, радио-, кинопортал (9%).

## 7.4. Использование опции переключения языков сайта

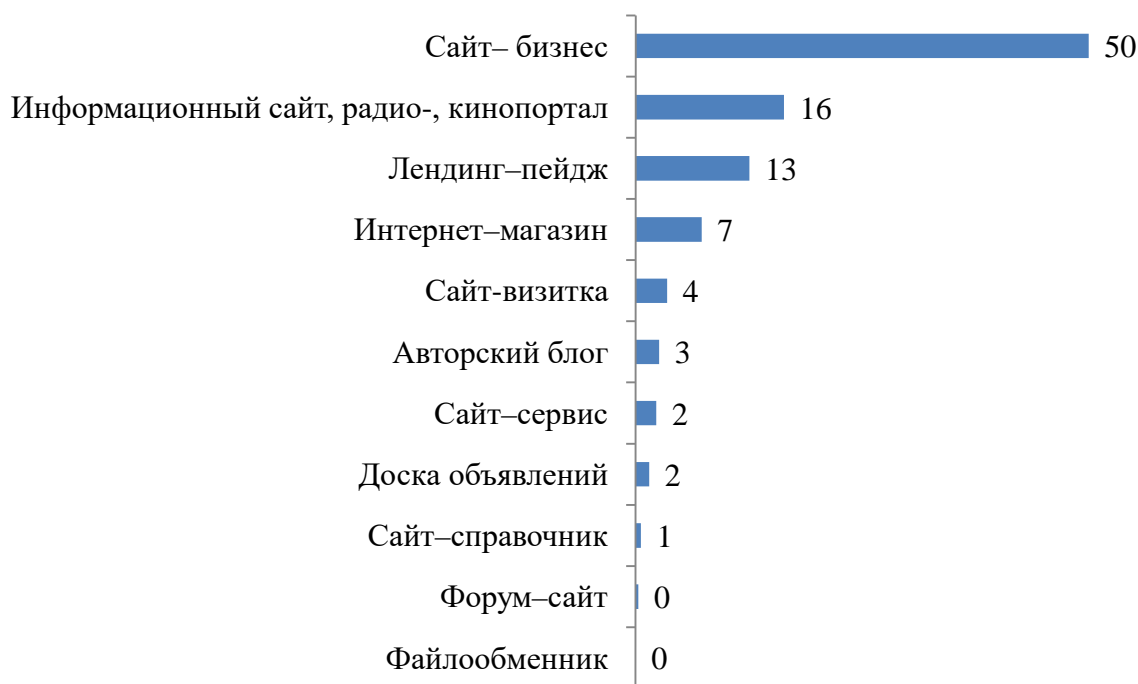
Диаграмма 35. Распределение доменов, имеющих опцию переключения языков, на которых представлен сайт, по направлению деятельности пользователя домена, % от всех (N= 341)



Как показал анализ доменов, только 4% из них имеют опцию переключения языков. Анализ показал, что такие возможности домена .RU используют представители целого ряда сфер:

- ✚ Г. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (18%).
- ✚ J. Деятельность в области информации и связи (16%).
- ✚ R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (13%).
- ✚ M. Деятельность профессиональная, научная и техническая (11%).
- ✚ C. Обрабатывающие производства (9%).

*Диаграмма 36. Распределение доменов, имеющих опцию переключения языков, на которых представлен сайт, по типу сайта, % от всех (N= 341)*



Исследование обнаружило высокую популярность опции переключения языков только на сайта типа:

- ✚ Сайт-бизнес (50%).

Значительно реже почта встречается на следующих видах сайтов:

- ✚ Информационный сайт, радио-, кинопортал (16%).
- ✚ Лендинг-пейдж (13%).

## 7.5. Использование интеграции домена с социальными сетями

Диаграмма 37. Распределение доменов, имеющих интеграцию с соцсетями, по направлению деятельности пользователя домена, % от всех (N= 2448)



Анализ показал, что такие возможности домена .RU, как интеграция с соцсетями на своем ресурсе, чаще всего используют в основном представители одной из **флагманских сферы** Рунета:

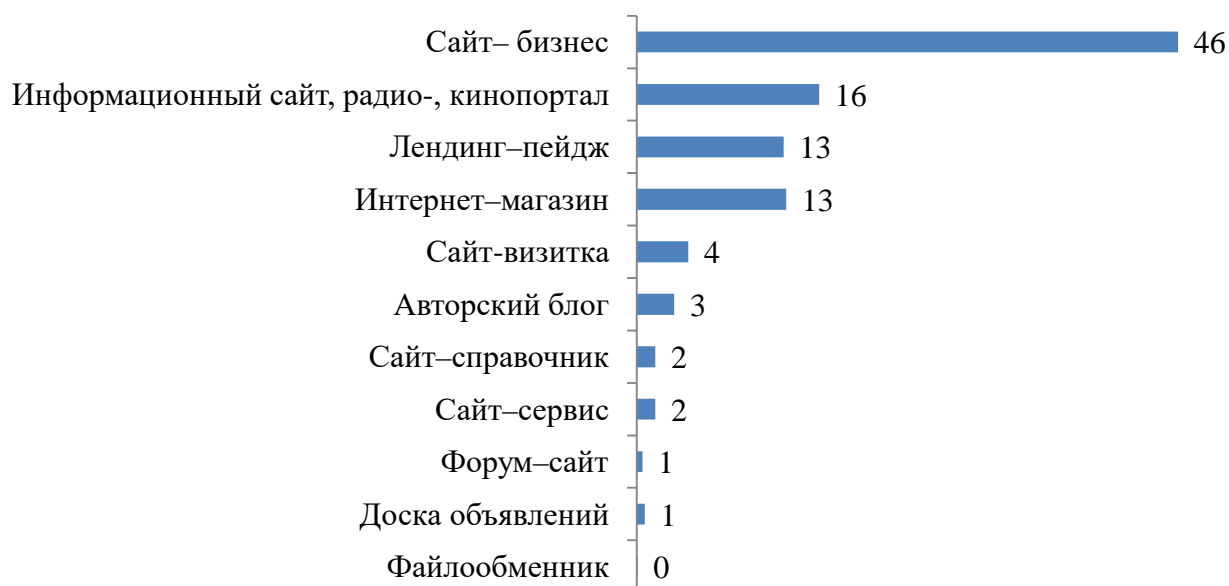


- ✚ G. Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (24%).

При этом доля представителей других сфер значительно меньше, хотя среди них выделяются:

- ✚ R. Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (14%).
- ✚ J. Деятельность в области информации и связи (13%).
- ✚ M. Деятельность профессиональная, научная и техническая (10%).

*Диаграмма 38. Распределение доменов, имеющих интеграцию с соцсетями, на которых представлен сайт, по типу сайта, % от всех (N= 2448)*



Исследование обнаружило высокую популярность интеграции с соцсетями на сайтах типа:

- ✚ Сайт-бизнес (46%),.

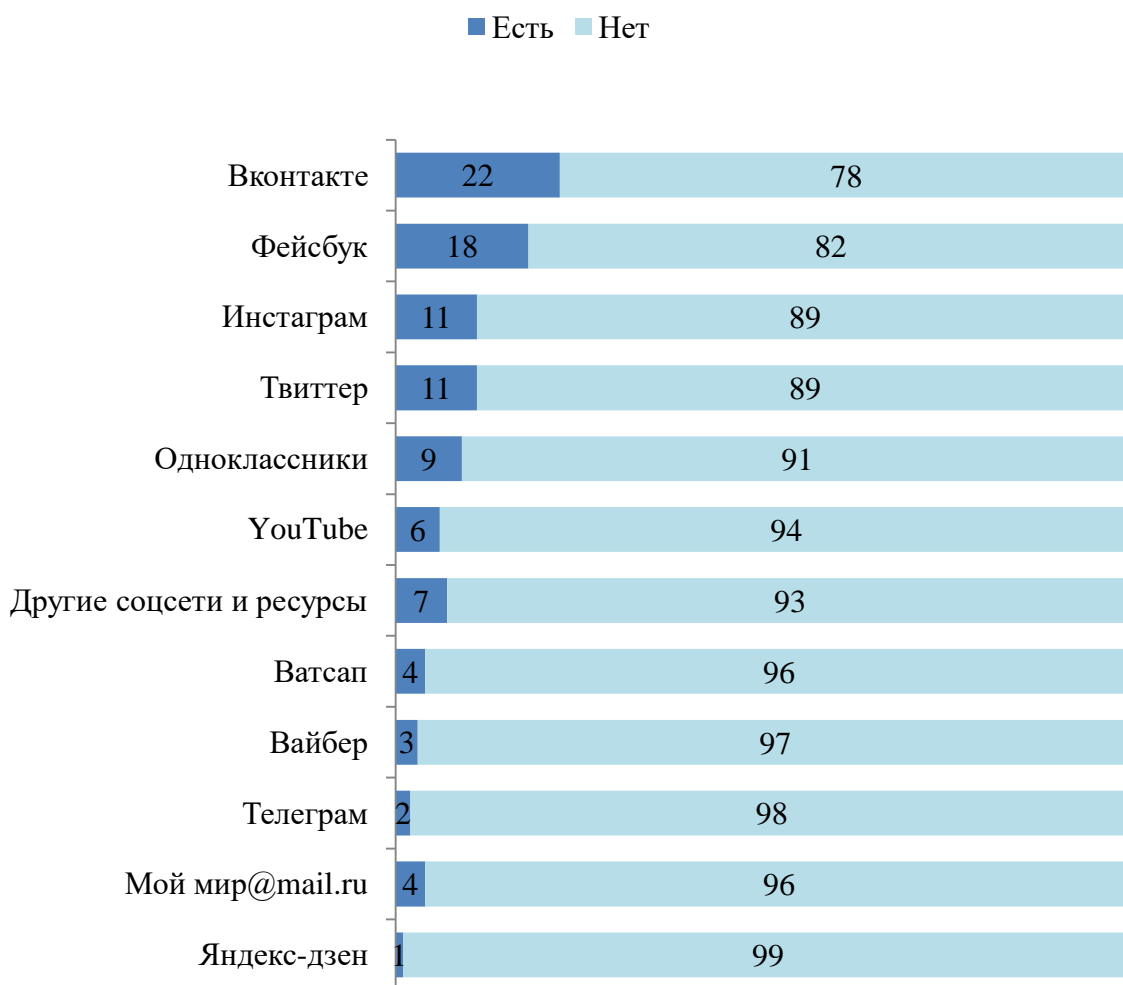
Немаловажно, что и другие типы сайтов практикуют подобную интеграцию

- ✚ Информационный сайт, радио-, кинопортал (16%).
- ✚ Лендинг-пейдж (13%).
- ✚ Интернет-магазин (13%)

Суммарно эти четыре типа сайтов охватывают 87% всех обнаруженных в выборке интеграций хотя бы с одной соцсетью.

## 7.6. Анализ интеграции с социальными сетями

Диаграмма 39. Распределение доменов по наличию / отсутствию интеграции с социальными сетями, % от всех (N= 8800)



Как показало исследование, больше всего доменов .RU интегрированы с соцсетями Вконтакте (22%) и Фейсбук (18%), что составляет примерно 1/5 всех доменов.

Примерно каждый десятый домен содержит ссылку на соцсети Твиттер (11%), Инстаграм (11%) и Одноклассники (9%).

Связанность с YouTube установлена на сайтах 6% доменов. С остальными соцсетями такая связь прослеживается еще более редко.

Таблица 1. Сводная таблица распределения доменов Рунета по направлению деятельности пользователя, имеющих интеграцию с социальными сетями (% по столбцу).

	Вконтакте, N=1956	Твиттер, N=1006	Фейсбук, N=1569	Инстаграм, N=996	YouTube, N=495	Одноклассники, N=756	Телеграм, N=193	Вайбер, N=234	Ватсап, N=319	Яндекс.Дзен, N=47	Мой мир@mail.ru, N=334	Другие соцсети и ресурсы N=646
А.Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1
В.Добыча полезных ископаемых	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
С.Обрабатывающие производства	3	4	4	3	4	3	5	6	6	6	3	5
Д.Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	1	1	1	1	2	1	2	0	0	2	1	1
Е.Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
Ф.Строительство	5	5	5	4	4	5	5	6	6	0	6	5
<b>Г.Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>30</b>	<b>23</b>	<b>27</b>	<b>22</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>23</b>	<b>22</b>	<b>27</b>
Н.Транспортировка и хранение	2	2	1	2	1	2	4	3	3	2	2	2
И.Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	3	2	3	4	3	2	1	4	2	2	2	1
<b>Ж.Деятельность в области информации и связи</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>16</b>
К.Деятельность финансовая и страховая	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2
Л.Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	3	3	3	2	1	3	7	4	3	2	2	3
<b>М.Деятельность профессиональная, научная и техническая</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>8</b>

	Вконтакте, N=1956	Твиттер, N=1006	Фейсбук, N=1569	Инстаграм, N=996	YouTube, N=495	Одноклассники, N=756	Телеграм, N=193	Вайбер, N=234	Ватсап, N=319	Яндекс.Дзен, N=47	Мой мир@mail.ru, N=334	Другие соцсети и ресурсы N=646
Н.Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	2	3	3	3	3	3	5	3	4	2	2	3
О.Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Р.Образование	5	4	4	4	7	3	4	2	2	6	3	4
Q.Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	4	4	4	4	3	5	2	1	2	2	4	4
<b>Р.Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>12</b>
S.Предоставление прочих видов услуг	5	5	5	6	5	6	6	8	9	4	6	4
Т.Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
U.Деятельность экстерриториальных организаций и органов	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1

Как показал опрос, большинство социальных сетей интегрированы в домены пользователей, относящихся к **флагманским сферам деятельности Рунета**:

- ✚ G.Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (от 22% всех интеграций Телеграм и сети Мой мир до 31% Вайбера приходится на домены в этой сфере).
- ✚ Р.Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений (от 9% интеграций Ватсап до 20% YouTube).
- ✚ J.Деятельность в области информации и связи (от 9% всех интеграций Инстаграма до 18% интеграций Твиттера).

- ✚ М.Деятельность профессиональная, научная и техническая (от 7% всех интеграций YouTube до 9% интеграций Вконтакте).